

Министерство образования Республики Беларусь
УО «Полесский государственный университет»

И.В. ГОРИШ

**ОСНОВЫ БИЗНЕСА И ПРАВА
В ИНФОРМАЦИОННЫХ ТЕХНОЛОГИЯХ**

Дидактические материалы

Пинск
ПолесГУ
2016

УДК 33:346.26(075.8)
ББК 65.290:67.404я73
Г69

Р е ц е н з е н т ы:

кандидат экономических наук, доцент Янковский И.А.;
кандидат технических наук, доцент Невдах В.И.

У т в е р ж д е н о
научно-методическим советом ПолесГУ

Гориш, И.В.

Г69 Основы бизнеса и права в информационных технологиях :
дидактические материалы / авт.-сост. И.В. Гориш. – Пинск :
ПолесГУ, 2016. – 92 с.

ISBN 978-985-516-430-3

Пособие составлено на основе рабочей программы дисциплины «Основы бизнеса и права в информационных технологиях».

Целью издания является обеспечение студентов разнообразными методическими материалами по указанной дисциплине, позволяющими оптимизировать организацию образовательного процесса.

Предназначено для студентов всех форм обучения.

УДК 33:346.26(075.8)
ББК 65.290:67.404я73

ISBN 978-985-516-430-3

© Полесский государственный
университет, 2016.

ВВЕДЕНИЕ

Предметом учебной дисциплины «Основы бизнеса и права в информационных технологиях» являются особенности бизнеса в сфере ИТ, а также особенности его организации и правового обеспечения.

Цель учебной дисциплины – изучить основы осуществления предпринимательской деятельности в сфере информационно-коммуникационных технологий, усвоить современный категориальный аппарат бизнеса, исследовать принципы и законы реализации бизнес-проектов в сфере ИКТ, изучить основы права в сфере информационных технологий, в результате чего повысить профессиональную подготовку студентов банковского факультета специальности «Информационные системы и технологии (по направлениям)» в области экономической теории и права.

В ходе изучения дисциплины «Основы бизнеса и права в информационных технологиях» студенты обязаны обладать следующими *профессиональными компетенциями*:

- уметь применять базовые научно-теоретические знания для решения теоретических и практических задач;
- быть способным порождать новые идеи (обладать креативностью);
- владеть основными методами, способами и средствами получения, хранения, переработки информации с использованием компьютерной техники;
- ориентироваться в базовых положениях экономической теории, применять их с учетом рыночной экономики;
- быть способным к критике и самокритике.

В результате изучения дисциплины студент должен:

- воспринимать предпринимательство как особый вид инновационной экономической деятельности, основанной на продуктивно-творческой, а не на распределительно-потребительской мотивации;
- приобрести знания и умения, необходимые для реализации бизнес-проектов в сфере информационных технологий;

знать:

- основные направления предпринимательской и методы управленческой деятельности;
- способы организации бизнеса в сфере ИКТ;
- основные методы менеджмента, финансовой деятельности, маркетинга;
- механизм планирования и организации труда разработчиков программного продукта;

уметь:

- организовывать работу малых коллективов исполнителей для достижения поставленных целей;
- организовывать и управлять командной работой;
- разрабатывать, учредительный договор, устав коммерческой организации, составлять бизнес-план;
- организовывать свой труд, самостоятельно оценивать результаты своей деятельности;
- определять наиболее подходящие способы финансирования бизнеса;
- работать с юридической литературой и трудовым законодательством;

владеть:

- исследовательскими навыками;
- междисциплинарным подходом при решении проблем.
- основными приемами межличностной коммуникации;
- методами анализа экономической информации;
- методами организации труда, предпринимательской деятельности.

На практических занятиях студенты научатся составлять учредительный договор, разрабатывать устав коммерческой организации, составлять бизнес-план, представлять свои бизнес-проекты на тематических выставках, форумах и конкурсах.

При написании опорного конспекта были использованы работы М. Пиатковского, А.М. Андриевича, В.В. Макарушко, М.Г. Подопригоры, С.Н. Трунина, Г.И. Войтовича, Э.Э. Ермаковой, Т.М. Халецкой, Н.Н. Елистратовой, Д.С. Звонарёвой.

ПЛАН СЕМИНАРСКИХ ЗАНЯТИЙ
по дисциплине
«Основы бизнеса и права
в информационных технологиях»

<i>Тема семинарского занятия</i>	<i>Количество часов</i>
Раздел 1. Основные положения бизнеса	10
Понятия «предпринимательство» и «бизнес». Предпринимательская деятельность в сфере информационно-коммуникационных технологий (ИКТ)	2
Осмысление предпринимательства в научной и учебной литературе	4
Бизнес и теория деятельности	2
Межкультурные аспекты ведения бизнеса	2
Раздел 2. Менеджмент организации ИКТ	6
Планирование и организация труда фрилансера	2
Этапы разработки программных продуктов	2
Механизмы мотивации в ИТ-бизнесе	2
Раздел 3. Организационно-правовое обеспечение предпринимательской деятельности в секторе экономики ИКТ	20
Организационно-правовые формы бизнеса	2
Учредительные документы юридического лица	4
Финансовая деятельность организации сектора ИКТ	2
Ликвидация и реорганизация коммерческих предприятий	2
Применение авторского и патентного права для защиты ИТ-бизнеса	2
Коммерческое использование объектов интеллектуальной собственности в сфере ИКТ	2
Бизнес-план: понятие, структура, цели и задачи	4
Подготовка презентации бизнес-плана и питча	2
Раздел 4. Маркетинг и продажи услуг и продуктов ИКТ	6
Рынок информационных услуг и продуктов	2
Организация коммерческой деятельности в сетях	2
Организация продаж в области ИКТ	2
Всего:	42

СЕМИНАРСКОЕ ЗАНЯТИЕ № 1

Тема: Понятия «предпринимательство» и «бизнес». Предпринимательская деятельность в сфере информационно-коммуникационных технологий (ИКТ)

1. Предпринимательская деятельность в сфере информационно-коммуникационных технологий (ИКТ).
2. Предпринимательство как особый вид инновационной деятельности.
3. Значение предпринимательства в инновационном развитии в Республике Беларусь.

В наше время информационные технологии получают очень широкое распространение. Достоинством бизнеса в данной сфере является небольшая ее насыщенность. Сфера информационно-коммуникационных технологий каждый раз дополняется новыми нишами, очень вариативная, не требует слишком крупных капиталовложений, и потому прекрасно подходит для новичка. Это является достаточно важным условием для молодых специалистов, не имеющих больших средств и профессионального опыта.

Сегодня наиболее популярными видами ИТ-бизнеса являются поддержка и внедрение информационных систем, разработка программного обеспечения, ИТ-аудит, ИТ-консалтинг, ИТ-аутсорсинг.

Предпринимательская деятельность вообще и в сфере ИКТ в частности представляет собой специфическую инновационную деятельность, направленную на преобразование предметов, связей и отношений окружающего мира с определенной целью. Но не всякая инновационная деятельность будет предпринимательской. Например, инженерно-изобретательская, инженерно-проектная деятельность являются инновационными, но не предпринимательскими. Предприниматель идет на риск, несет имущественную ответственность, а инженер-изобретатель – нет.

По словам М. Пиатковского, «без предпринимателей не было бы коммерчески используемых инноваций. Вот почему дух предпринимательства и, следовательно, предприниматели, превращающие чьи-либо идеи в экономическую реальность, так важны».

По мнению Й. Шумпетера, автора одного из методологических подходов к определению инновации, выполнять предпринимательскую функцию может только субъект, обладающий способностями инноватора и способный реализовывать новые комбинации факторов производства. Ученый разграничил понятия «экономический рост», предполагающий количественные изменения, и «экономическое развитие», результатом которого выступают качественные модификации. На этом основании Й. Шумпетер выделил понятие «инновация».

Способность предпринимателя перевести продуктивную хозяйственную деятельность в теоретико-рефлексивную форму характеризует его как носителя инновационной компетентности в данной сфере. В практическом отношении такая способность представляется исключительно важной не только для собственно инновационной практики, но и для подготовки, *повышения квалификации кадров предпринимательской сферы* в такой системе образования, в которой приоритет отдается формированию творческой и гуманистически ориентированной личности, способной ставить задачи собственного роста и решать их. Такой подход отвечает современному пониманию формированию компетентного специалиста-предпринимателя, ориентированного на опережающее развитие относительно достигнутого уровня.

Инновационная компетентность предполагает инновационную восприимчивость субъекта.

Последнюю можно классифицировать по 3 видам:

- 1) восприимчивость к собственно инновациям или открытиям;
- 2) способность увидеть элементы нового в относительно устоявшемся;
- 3) умение предложить принципиально новое решение проблемы.

Т.о., инновационно ориентированный субъект предпринимательства в накопленном опыте усовершенствований собственной деятельности и опыта других видит материал для инновационного преобразования, для творчества в своей экономической области.

Становление Национальной инновационной системы базируется на тесном взаимодействии государственного и частнопредпринимательского секторов.

Роль государства заключается, прежде всего, в создании правовой и экономической инфраструктуры, благоприятного институционального климата для инновационной деятельности. Роль частного предпринимательства должна состоять в создании технологических инноваций на основе собственных исследований, а также разработок в научных центрах корпораций и малых наукоемких фирм, а главное – в рыночном освоении инноваций.

Пока наше предпринимательство к этому в полной мере не готово, в т.ч. и по причине низкого уровня инновационного предпринимательства. Для начала необходимо создание сети наукоемких фирм, а в перспективе, как это имеет место на Западе, создание научных центров при крупных промышленных предприятиях и частных фирмах. Следует сокращать сферу действия прямых административных методов и расширять сферу косвенного государственного регулирования за счет экономических методов управления.

Низкая восприимчивость со стороны реального сектора экономики к перспективным инновациям во многом обусловлена ограниченным платежеспособным спросом на внутреннем рынке, низким инновационным потенциалом и недостатком собственных средств предприятий, высокой стоимостью, длительными сроками окупаемости и связанными с этим коммерческими рисками. Государство должно разработать систему правового и экономического стимулирования инновационной деятельности. Прежде всего, речь должна идти не только о снижении налоговой нагрузки в отрасли «Наука и научное обслуживание», которая в настоящее время в 1,2 раза выше, чем в промышленности и в народном хозяй-

стве в целом, но и о системе налоговых преференций для высокотехнологичной инновационной деятельности. Необходимо разработать инновационное законодательство, ограничивающее вмешательство контролирующих органов в деятельность производителей высокотехнологичной продукции.

Т.о., необходима государственная поддержка инновационного предпринимательства как важного компонента инновационной инфраструктуры, к элементам которой следует отнести рынок научно-технических инноваций, страхования инновационных рисков через создание фондов рискованного финансирования (венчурных фондов), защиту интеллектуальной собственности, квалифицированный инновационный менеджмент и др.

Субъектами инновационной инфраструктуры должны стать научно-технологические парки, научно-производственные центры, инновационные центры, центры трансфера технологий, бизнес-инкубаторы, инвестиционно ориентированные банки, финансово-промышленные группы и т.п.

ПРИМЕРНЫЕ ТЕСТОВЫЕ ЗАДАНИЯ ПО ТЕМЕ

1. Признаком научной дисциплины «Основы бизнеса и права в информационных технологиях» является:

- 1) наличие предмета и объекта исследований, методологии;
- 2) фактичность исследований и публикаций в печати;
- 3) издание книг по тематике технологии и автоматизации делопроизводства;
- 4) осуществление государственного регулирования в области делопроизводства и архивного дела.

2. Предметом дисциплины «Основы бизнеса и права в информационных технологиях» являются:

- 1) организация предпринимательской деятельности и ее правовое обеспечение в условиях информационного общества;
- 2) высокотехнологичные методы и средства обеспечения предпринимательской деятельности;
- 3) приобретение теоретических знаний и выработка компетенций в области правовой защиты информации;

4) отдельные электронные документы, документированная информация и весь процесс электронного делопроизводства в предпринимательской деятельности.

3. Объектом дисциплины «Основы бизнеса и права в информационных технологиях» являются:

1) высокотехнологичные методы и средства осуществления эффективной предпринимательской деятельности, а также нормативно-правовая база и условия ее правовой реализации;

2) организация предпринимательской деятельности и ее правовое обеспечение в условиях реализации информационно-коммуникационных технологий;

3) защита информации и ее эффективное осуществление в современном обществе, на предприятии (в организации);

4) приобретение теоретических знаний и выработка компетенций в области защиты информации.

4. Основной функцией предпринимательства является:

1) обеспечение развития и совершенствование экономики;

2) регулирование фискальных мероприятий;

3) пополнение рынка труда;

4) разработка высоких технологий.

5. Для бизнесмена-организатора характерна ведущая деятельностьная тактика:

1) налаживание эффективных взаимосвязей всех элементов бизнес-структуры;

2) творческая реализация управляющих указаний в рамках бизнес-проекта;

3) оказание воздействия на элементы бизнеса;

4) моделирование эффективного бизнес-проекта.

СЕМИНАРСКОЕ ЗАНЯТИЕ № 2

Тема: Осмысление предпринимательства в научной и учебной литературе

1. Протоп. Сильвестр, «Домострой».
2. С.Н. Булгаков, «Философия хозяйства», «Православие. Очерки учения Православной Церкви».
3. П. Савицкий, «Хозяин и хозяйство».
4. О. Платонов, «Экономика русской цивилизации».
5. Н.Н. Зарубина, «Религиозные ориентации постсоветского предпринимательства».
6. Р. Апресян, «Ценностные контроверзы предпринимательства».
7. В. Орлов, «Философия бизнеса в обществах переходного типа».

В России сложилась национальная традиция хозяйственной деятельности, обусловленная особенностями культурно-исторического развития страны. Русский народ создал самобытный хозяйственный механизм, во многом отличавшийся от западного. Теоретической основой для хозяйствования было Священное Писание.

В XVI в. русским православным священником Сильвестром был разработан и создан «Домострой» – свод норм и правил, регулирующих хозяйственную жизнь и быт русских людей.

Полное название произведения – «Книга, глаголемая Домострой, имеет в себе вещи зело полезны, поучение и наказание всякому христианину – мужу, жене, и чадам, и рабам, и рабыням», где не говорится о предпринимательстве, но указывается на то, как вести хозяйство в соответствии с православным вероучением и здравым смыслом. Принципы, применяемые в домашнем хозяйстве, можно экстраполировать и на сферу предпринимательства, поскольку последнее является одним из видов хозяйственной деятельности.

Исследованием возможности осуществления хозяйствования на основе православных ценностей занимался Сергей Николаевич Булгаков (протоиерей Сергей Булгаков).

Его работы «Философия хозяйства» (1912 г.) и «Православие. Очерки учения Православной Церкви» (1925–1926, 1929 гг.) посвящены рассмотрению основ современной хозяйственной науки и, в частности, установлению внутренней связи между религией и хозяйственной деятельностью.

В 1925 г. Петром Савицким была написана работа «Хозяин и хозяйство». Автор проанализировал сущность понятия «хозяин», развел имеющиеся представления о «хозяине в потреблении» и о подразумеваемом в экономике в качестве предпринимателя, как отмечал П. Савицкий, «хозяине в производстве». Однако он утверждал, что «относиться к делу «по-хозяйски» и «по-предпринимательски» – это вовсе не одно и то же».

В начале 90-х гг. XX века наблюдается возрастание интереса к анализу предпринимательства, его культурно-исторических и духовно-нравственных оснований. На постсоветском пространстве внимание к предпринимательству обусловлено тем фактом, что после распада СССР частная хозяйственная деятельность сыграла важную роль в становлении рыночных отношений.

В этот период существовали 2 противоположные ориентации.

Сторонники одной восхваляли европейский и американский образец рыночной экономики и предлагали разработать механизмы внедрения прогрессивного экономического опыта в национальную экономическую практику. Ими западная модель развития воспринималась как наиболее желанная, а зачастую и как единственно возможная. Их противники отстаивали право постсоветских государств идти по собственному пути развития, обусловленному национальными особенностями. В защиту своей точки зрения они приводили тот факт, что, например, Российское государство существует 1 000 лет и развивается благодаря высокоэффективной системе хозяйствования. Первые абсолютизировали экономическую составляющую предпринимательства, вторые – культурную.

Самобытность экономики русской цивилизации раскрывается в одноименной работе Олега Анатольевича Платонова «Экономика русской цивилизации», где автор приводит и комментирует тексты «Русской правды», документы русских государственных деятелей, «Домострой», отрывки из произведений В.А. Кокорева, И.К. Бабста, Т.В. Прохорова, К.Д. Кавелина, А.И. Васильчикова и др.

В своей работе О.А. Платонов анализирует причины различий в отношении к труду, собственности, богатству в русской и западной культуре и приходит к выводу, что параметры русской модели экономики должны быть положены в основу при разработке любых экономических мероприятий; что западные критерии и стандарты экономического развития не могут быть ориентирами для русской экономики.

Анализу культурно-исторических основ западной модели предпринимательства посвящена статья Юрия Бородаева «Почему православным не годится протестантский капитализм?».

Ученый подвергает разбору основания капитализма, рассмотрев работы К. Маркса, А. Тойнби, М. Вебера и В. Зомбарта, и отмечает, что «мы – не протестанты. И даже не католики... Слепое копирование никому и никогда не приносило успеха».

В статье «Религиозные ориентации постсоветского предпринимательства» Натальи Николаевны Зарубиной религиозность предпринимательства рассматривается как социологическая проблема.

Автор проводит параллели между духовными ориентациями и ценностями дореволюционных русских и современных предпринимателей.

Рубен Апресян в статье «Ценностные контрверзы предпринимательства» актуализирует проблему ценностного содержания таких понятий как «предпринимательство» и «рыночные отношения».

«Философия бизнеса в обществах переходного типа» Валерия Орлова – вероятно, самая крупная работа в Беларуси за последние 10 лет, описывающая предпринимательство как социально-философский феномен.

В исследовании, по словам автора, «был произведен целостный философский анализ предпринимательской деятельности, выявлены ее социально-коммуникативные и экзистенциальные аспекты; рассмотрена структура бизнеса как деятельности, раскрыты механизмы его функционирования; рассмотрены проблемы, противоречия и достижения частного предпринимательства в обществах переходного типа; выявлены основные факторы, препятствующие развитию бизнеса на постсоветском пространстве».

ПРИМЕРНЫЕ ТЕСТОВЫЕ ЗАДАНИЯ ПО ТЕМЕ

1. Соотнесите верно элементы 2 множеств:

- 1) Протестантская этика и “дух капитализма”; А) М. Вебер;
- 2) Современный капитализм. Историко-систематическое исследование общеевропейской экономической жизни от ее зачатков до современности; Б) В. Зомбарт;
- 3) Исследование о природе и причинах богатства народов; В) А. Смит;
- 4) «Очерк о природе коммерции». Г) Р. Кантильон.

2. Произведение, автором которого является протоп. Сильвестр, – это:

- 1) «Домострой»;
- 2) «Философия хозяйства»;
- 3) «Православие. Очерки учения Православной Церкви»;
- 4) «Хозяин и хозяйство».

3. Ученый-экономист, разработавший одну из первых концепций предпринимательства и впервые озвучивший понятие «предприниматель», – это:

- 1) Ричард Кантильон;
- 2) Жан Батист Сэй;
- 3) Адам Смит;
- 4) Йозеф Шумпетер.

4. Йозеф Шумпетер утверждал, что предпринимательская деятельность является синонимом:

- 1) новаторской деятельности;
- 2) исследовательской деятельности;
- 3) коммерческой деятельности;
- 4) философского познания мира.

5. Использовать принцип перевода православных духовных норм в область экономических смыслов предложил:

- 1) Р. Апресян;
- 2) С.Н. Булгаков;
- 3) П. Савицкий;
- 4) О. Платонов.

СЕМИНАРСКОЕ ЗАНЯТИЕ № 3

Тема: Бизнес и теория деятельности

1. Соотношение общественного идеала и частного интереса в предпринимательстве.
2. Социальная ответственность бизнеса.
3. Дискуссии о социальной ответственности.

Говоря о предпринимательстве, следует различать социальные цели (общественный идеал) и индивидуальные цели (частный интерес), между которыми в реальной жизни существует противоречие. В бизнесе это противоречие носит ярко выраженный характер: должное по отношению к обществу, как правило, ведет к снижению прибылей бизнесменов.

Иногда деятельность бизнесменов, наиболее полезная для общества в целом и наиболее нужная для развития всей системы частного предпринимательства, вообще остается без вознаграждения. Так, например, те предприниматели, которые являлись первопроходцами новых методов организации производства, крайне редко получали адекватное вознаграждение за свою деятельность.

С другой стороны, в бизнесе всегда существует возможность получения прибыли путем деятельности, наносящей ущерб общественным интересам. Ведь бизнес – это всегда конкурентная борьба, в которой выживает сильнейший, что приводит к появлению таких методов организации производства, которые оказываются лучше всего приспособленными к обеспечению экономического процветания бизнесмена в обществе, но не обязательно будут приносить наибольшую пользу для самого общества.

В широком смысле социальная ответственность бизнеса обозначает действия хозяйственного субъекта по оказанию благоприятного влияния бизнеса на общество, когда получение экономического эффекта базируется на участии предприятия в обеспечении устойчивого развития.

Социальная ответственность подразумевает, в отличие от юридической, определенный уровень добровольного отклика на общественные проблемы. Этот отклик имеет место по отношению к тому, что лежит вне определяемых законом требований или же сверх этих требований.

Суть концепции социально-ответственного бизнеса заключается в том, что предприниматели должны не только заботиться о прибыли и уплате налогов, но и разделить с обществом ответственность за социальную несправедливость, экономическое неравенство и экологические проблемы, участие в экономической адаптации социально-незащищенных слоев населения и охране окружающей среды.

В обществе сложились представления о том, что бизнес должен ответственно действовать в таких сферах, как защита среды обитания, здравоохранение и безопасность, гражданские права, защита интересов потребителя и т.п. Следовательно, предприниматели должны часть своих ресурсов и усилий направлять на пользу местных сообществ, в которых функционируют их предприятия, и на пользу общества в целом, т.к. организации не могут длительное время работать ответственным образом, находясь в конфликте со своим окружением.

Для успешного бизнеса предприятие должно уметь приспособливаться и откликаться на проблемы, возникающие в социальной среде, чтобы сделать эту среду более благожелательной к организации. Расходы на социальную ответственность оправданы фактом совершенствования различных сегментов общества, а также улучшением отношения общественности к бизнесу, что повышает лояльность потребителей к производителям продукции, снижает уровень государственного регулирования и ведет к общему улучшению состояния общества.

Однако бизнес, чтобы стать социально ответственным, должен анализировать собственные прямые действия и окружающую их среду и выбирать такие программы, которые помогут этой среде в наибольшей мере. И все же не подлежит сомнению, что для любого предпринимателя на первом месте стоит выживание его бизнеса и только потом – проблемы об-

щества. Если предприниматель не способен вести дело с прибылью, вопрос о социальной ответственности становится по преимуществу академическим. Тем не менее, предприниматели должны вести свои дела в соответствии с общественными ожиданиями и с философской точки зрения целью предпринимательства должно быть удовлетворение основных жизненных и культурных потребностей человека.

ПРИМЕРНЫЕ ТЕСТОВЫЕ ЗАДАНИЯ ПО ТЕМЕ

1. Специфически человеческая форма отношения к миру, содержание которой составляет целенаправленное и целесообразное преобразование мира, творение людьми собственных общественных отношений и самих себя, – это:

- 1) деятельность;
- 2) действие;
- 3) поступок;
- 4) существование.

2. Социальными видами деятельности являются:

- 1) общение, познание;
- 2) труд;
- 3) сознание, психика;
- 4) субъект;
- 5) объект.

3. Для бизнесмена-организатора характерна ведущая деятельностьная тактика:

- 1) налаживание эффективных взаимосвязей всех элементов бизнес-структуры;
- 2) творческая реализация управляющих указаний в рамках бизнес-проекта;
- 3) оказание воздействия на элементы бизнеса;
- 4) моделирование эффективного бизнес-проекта.

4. Элементом многофункциональной структуры бизнес-деятельности не является:

- 1) рабочий;
- 2) организатор;
- 3) исполнитель;
- 4) управляющий.

5. Для бизнесмена-проектировщика характерна ведущая деятельностьная тактика:

- 1) моделирование эффективного бизнес-проекта;
- 2) творческая реализация управляющих указаний в рамках бизнес-проекта;
- 3) налаживание эффективных взаимосвязей всех элементов бизнес-структуры;
- 4) оказание воздействия на элементы бизнеса.

СЕМИНАРСКОЕ ЗАНЯТИЕ № 4

Тема: Межкультурные аспекты ведения бизнеса

1. Информационная культура.
2. Этические нормы информационной деятельности человека.
3. Правовая охрана программ и данных.
4. Конфиденциальность и защита информации (защита доступа к компьютеру, защита программ от нелегального копирования и использования, шифрование данных, защита информации в Интернете).

В условиях информационного общества закономерно и появление нового типа культуры – информационной культуры. В настоящее время информационную культуру все чаще трактуют как особый феномен информационного общества. В зависимости от объекта рассмотрения стали выделять информационную культуру общества, информационную культуру отдельных категорий потребителей информации (например, детей или юристов) и информационную культуру личности.

Информационная культура – способность общества эффективно использовать информационные ресурсы и средства информационных коммуникаций, а также применять для этих целей передовые достижения в области развития средств информатизации и информационных технологий.

Основными факторами развития информационной культуры современного общества являются следующие:

– *система образования*, определяющая общий уровень интеллектуального развития людей, их материальных и духовных потребностей;

– *информационная инфраструктура общества*, определяющая возможности людей получать, передавать и использовать необходимую им информацию, а также оперативно осуществлять те или иные информационные коммуникации;

– *демократизация общества*, которая определяет правовые гарантии людей по доступу к необходимой им информа-

ции, развитие средств массового информирования населения, а также возможности граждан использовать альтернативные, в т.ч. зарубежные источники информации;

– *развитие экономики* страны, от которого зависят материальные возможности получения людьми необходимого образования, а также приобретения и использования современных средств информационной техники (телевизоров, персональных компьютеров, радиотелефонов и т.п.).

Элементами информационной культуры являются определенные требования и правила, обусловленные принципами и нормами морали, права, психологическими, техническими, санитарно-гигиеническими нормами и иными обстоятельствами. Морально-этические нормы более обширны и обстоятельны и регулируют социальное поведение человека, его отношение к другим людям.

Наряду с общечеловеческими этическими нормами (социальная и персональная ответственность, равноправие партнеров по коммуникации, точное и добросовестное исполнение обязанностей и т.п.), существуют такие базовые права, как:

– общедоступность – гарантирует право на коммуникацию и предполагает доступность информации;

– тайна частной жизни – соблюдение конфиденциальности доверенной информации;

– неприкосновенность частной собственности – основа имущественного порядка, соблюдение права собственности на информацию и норм авторского права.

Одним из способов этической регуляции в информационном обществе являются профессиональные этические кодексы. Наиболее известные из них – это кодексы Ассоциации менеджеров информационных технологий, Ассоциации разработчиков компьютерных технологий, Ассоциации пользователей информационных технологий в США, Ассоциации сертифицированных компьютерных профессионалов. Однако сфера их действия не ограничивается узкими группами компьютерных специалистов, а распространяется на всех субъектов информационного общества.

Юридические (правовые) требования информационной культуры в отношении пользователей, собственников и других держателей информации отражены в государственно-правовых нормативных актах (положениях, правилах и постановлениях).

Правовая защита информации (данных) предполагает:

– наличие прав на информацию – сертификация, лицензирование, патентоведение;

– реализацию прав – защита интеллектуальной собственности, защита авторских прав;

– контроль за процедурами реализации прав – система административной, программной, физико-технической защиты информации.

К объекту защиты авторства относятся не научные факты, гипотезы, теории, а форма произведения, буквальные (словесные) совпадения. Без согласия автора допускается воспроизведение чужого произведения исключительно для удовлетворения личных потребностей в научных, учебных и просветительных целях без извлечения прибыли. Допускается репродуктивное воспроизведение библиотеками и архивами произведения в единичном экземпляре без извлечения прибыли. Обладатель авторских прав может использовать знак охраны авторского права, состоящий из 3 элементов:

- 1) латинской буквы «С» (начальная буква английского слова *copyright* – авторское право) в окружности: ©;
- 2) имени обладателя исключительных авторских прав;
- 3) года первого опубликования произведения.

ПРИМЕРНЫЕ ТЕСТОВЫЕ ЗАДАНИЯ ПО ТЕМЕ

1. Совокупность разнообразных форм отношений и общения между индивидами и группами, принадлежащими к разным культурам, – это:

- 1) межкультурная коммуникация;
- 2) опосредованное общение;
- 3) компьютерная визуализация;
- 4) информатизация.

2. Уголовно-правовое явление, связанное с незаконными действиями, которые осуществляются людьми, использующими информационно-коммуникационные технологии для преступных целей, – это:

- 1) киберпреступность;
- 2) криптография;
- 3) стеганофония;
- 4) криминалистика.

3. Фактор, отражающий возможный ущерб организации в результате реализации угрозы информационной безопасности (утечки информации и ее неправомерного использования), – это:

- 1) информационный риск;
- 2) канал утечки информации;
- 3) информационная уязвимость;
- 4) информационный ресурс.

4. Качественная характеристика состояния сохранности информационных ресурсов государства и защищенности законных прав личности и общества в информационной сфере – это:

- 1) информационная безопасность;
- 2) информационная конфиденциальность;
- 3) криптографическая устойчивость;
- 4) аутентичность информации.

5. Соотнесите верно элементы 2 множеств:

- 1) информация адресована отправителем непосредственно получателю и может осуществляться вербально и невербально;
- 2) преимущественно односторонний характер коммуникации, информационными источниками являются произведения литературы и искусства, сообщения СМИ;

А) прямая коммуникация;

Б) косвенная коммуникация;

3) наличие промежуточного звена, выступающего в роли посредника между субъектами коммуникации;

4) отсутствие промежуточного звена, выступающего в роли посредника между субъектами коммуникации.

В) опосредованная коммуникация;

Г) непосредственная коммуникация.

СЕМИНАРСКОЕ ЗАНЯТИЕ № 5

Тема: Планирование и организация труда фрилансера

1. Фриланс-сервисы, понятие фриланс-сделки.
2. Оценка профессиональных навыков фрилансера.
3. Фриланс как способ ухода от уплаты налогов. Методы поиска и борьбы с фрилансом в Республике Беларусь.

По способу проведения можно выделить 2 основных типа фриланс-сделок: с контролем средств и без контроля.

Сделка с контролем средств («безопасная сделка») является услугой фриланс-биржи, в то время как сделка без контроля средств основана на доверии, как со стороны заказчика, так и со стороны фрилансера.

Сделки без контроля средств и на сегодняшний день имеют место, но при этом и фрилансеры, и заказчики стремятся обезопасить себя самыми разными способами.

Например, популярная схема взаимодействия web-фрилансера и заказчика следующая: осуществляется перевод предоплаты фрилансеру заказчиком, фрилансером разрабатывается сайт; по готовности проекта фрилансер разворачивает сайт на тестовом хостинге, после чего сообщает заказчику о готовности проекта; заказчик тестирует сайт, после чего (при необходимости) проводятся доработки или исправление фрилансером работы; производится расчет между сторонами.

В фрилансе существует 2 основные единицы измерения средств расчета: проект и часовая тарифная ставка.

Часовая тарифная ставка (далее ЧТС) – стоимость 1 часа работы фрилансера.

Стоимость ЧТС зависит от типа услуги, а также уровня профессионализма фрилансера. ЧТС устанавливается фрилансером самостоятельно.

Исходя из этого, можно выделить 4 основные финансовые схемы расчета в фрилансе:

- расчет с предоплатой;
- поэтапный расчет;

- расчет по результату;
- расчет по часовой ставке.

Фриланс-биржа – сервис, обеспечивающий, частичную автоматизацию цикла по реализации проекта, безопасности денежных средств, участвующих в сделке, точную информацию о профессиональном уровне фрилансера. Т.к. фриланс непосредственно связан с сетью Интернет, то фриланс-биржи в основном являются web-сервисами и реализованы в виде web-сайтов для использования в графических браузерах.

К основным фриланс-биржам на постсоветском пространстве можно отнести: <http://itfreelance.by> – белорусский сервис IT-Freelance, <http://freelance.ru> – российский сервис freelance.ru, <https://www.fl.ru/> – российский сервис fl.ru.

К зарубежным: <https://www.upwork.com/> – американский сервис UpWork, <https://www.freelancer.com> – австралийский сервис Freelancer, <http://www.freelance.com> – французский сервис Freelance.

Помимо безопасной сделки, фриланс-биржи также предоставляют услуги по *аттестации профессионального уровня фрилансера*. Сдача экзамена / аттестация является платной услугой фриланс-биржи.

Также имеет место такой показатель, как *«покупаемый профуровень»* – статус фрилансера, зачастую отображаемый в профиле, на фото и миниатюре профиля, который дает доступ к проектам, помеченным для специалистов не ниже его уровня. К примеру, к данным проекта, помеченным *«только для pro»*, будут иметь отношение фрилансеры, имеющие профуровень не ниже *«pro»*.

Профуровень покупается фрилансером у фриланс-биржи на определенный срок. Профуровни имеют несколько степеней, и возможность приобрести определенный уровень зависит от общего рейтинга в отзывах, количества проведенных сделок и профаттестаций.

На сегодняшний день ИТ-специалисты по различным причинам занимаются фрилансом. Однако большим недостатком этого вида деятельности является то, что налоги с дохо-

дов, полученных от фриланса, не выплачиваются в государственный бюджет, причем фрилансер пользуется всеми социальными благами. Именно это и подталкивает уполномоченные государственные органы к созданию механизмов искоренения фриланса: поиск фрилансеров в фриланс-биржах, фальсификация заказчика в фриланс-сделке, блокирование интернет-сайтов фрилансеров.

Фриланс и его искоренение – это задача «о зайце и черепахе», которая всегда актуальна: государство будет стремиться изжить фриланс, изыскивая новые способы его обнаружения, а фрилансеры будут ускользать и стремиться работать нелегально.

ПРИМЕРНЫЕ ТЕСТОВЫЕ ЗАДАНИЯ ПО ТЕМЕ

1. Фактор, определивший возникновение и стимулирование фриланса, – это:

- 1) возникновение средств связи и телекоммуникаций, Интернета;
- 2) развитие частной инициативы и капитала;
- 3) миниатюризация электроники;
- 4) развитие правовой базы экономики.

2. Важным недостатком фриланса является:

- 1) отсутствие юридической защиты заказчика и исполнителя;
- 2) создание занятости в высокотехнологичном секторе экономики;
- 3) максимизация налогов;
- 4) возможность несанкционированного отъема информации.

3. Платежные средства, представленные и обрабатываемые в электронном виде, – это:

- 1) электронные деньги;
- 2) электронное правительство;
- 3) облачный сервис;
- 4) фриланс.

4. Одно из основных преимуществ фриланса – это:

- 1) наличие свободного графика работы;
- 2) отсутствие государственной защиты;
- 3) риск мошенничества;
- 4) наличие прямого начальника (руководителя).

5. Способом минимизации риска мошенничества во фрилансе является:

- 1) использование услуг фриланс-биржи;
- 2) применение устройств ВЧ-навязывания;
- 3) использование облачных сервисов;
- 4) применение инструментария сетевого маркетинга.

СЕМИНАРСКОЕ ЗАНЯТИЕ № 6

Тема: Этапы разработки программных продуктов

1. Основные типы программного обеспечения, специфика разработки, стоимость.
2. Средства, сервисы и продукты оптимизации процесса разработки программного обеспечения.
3. Услуги аутсорсинга и консалтинга в ИТ.

По характеру разработки и требованиям к разработчикам можно выделить основные типы ПО: системное, прикладное, web-приложения, приложения хранилищ данных, ПО для *big-data*, сетевое, мобильное, облачное.

Системное ПО – решения, основная задача которых – обеспечить интерфейсы взаимодействия между аппаратной частью устройства и прикладной.

Зачастую такая реализация выглядит в виде API (*application programming interface* – интерфейс программирования приложений). Для разработки ПО этого типа разработчику необходимо знать низкоуровневые языки программирования, (например, *assembler*), архитектуру и принцип работы аппаратной части.

Прикладное ПО – решения, использующие API операционной системы (при необходимости).

Прикладное ПО не реализует механизмы доступа к аппаратной части и лишь использует готовые решения для реализации поставленных задач. Разработчикам прикладного ПО не нужно знать низкоуровневые языки программирования, а достаточно лишь разрабатывать решения с использованием языков программирования высокого уровня (к примеру, *java*, *c#*). Прикладное ПО не ограничивает себя лишь работой с прикладным механизмом операционной системы, а использует при разработке также сетевые сервисы, базы данных и др. технологии.

Web-приложения – тип программного обеспечения, разворачиваемый на web-серверах.

Web-приложения реализовывают решения в режиме «*realtime*». Как прикладное ПО, web-приложения могут использовать базы данных, сокеты, сторонние протоколы. Для использования web-приложений необходим web-браузер.

Web-приложения имеют 2 основные части – серверную и клиентскую. Серверная (она же *back-end*) реализуется на различных языках программирования – единственным условием серверного языка является поддержка его web-сервером, на котором будет разворачиваться приложение. Клиентская (она же *front-end*) реализуется на языках программирования, исполняемых в браузере пользователя.

Сетевое ПО – телекоммуникационные решения, обеспечивающие и обрабатывающие взаимодействия между узлами в сети.

Основные требования к разработчикам следующие: знание сетевых протоколов и служб, умение эффективного управления ресурсами и возможностями оборудования.

Мобильное ПО – решения, реализуемые для встраивания и разворачиваемые на платформах для мобильных устройств.

Язык реализации зависит от платформы. От разработчика требуются знания SDK (*software development kit*), платформы, для которой разрабатываются ПО.

Облачное ПО – реализации решений для выполнения обработки данных. Из-за широкого спектра функций облачных платформ и самих особенностей платформ могут быть использованы различные языки реализации (это зависит от поддержки облачной платформы). Разработчикам облачного ПО необходимо знать инфраструктуру сетевых протоколов, принципы и механизмы хранения данных.

Стоимость разработок каждого типа ПО зависит от сложности реализации, применяемых технологий и требований согласно технического задания, применения математических алгоритмов. Оценка стоимости разработки может быть представлена следующим списком (сортировка по убыванию): системное, ПО для *bigdata*, сетевое, приложения хранилищ данных, облачное, мобильное, прикладное, web-приложения.

Средства, сервисы и продукты оптимизации процесса разработки программного обеспечения

Ежедневно разработчики стараются упростить процесс разработки, вследствие чего появляются новые продукты и сервисы. Основным требованием при работе в команде является налаженная командная работа. Зачастую нескольким специалистам приходится работать над одной частью проекта, но это становится неудобным при хранении данных проекта на одной из машин разработчиков. Для работы команды необходим доступ к проекту в режиме реального времени.

Так в разработку ПО пришли *системы контроля версий*, основной механизм которых основывается на хранении проекта на облачных сервисах, доступ к которому имеет любой разработчик проекта. Помимо хранения проекта, эти сервисы позволяют отслеживать изменения в проектах каждого разработчика, получать определенную версию проекта, отлить *бэкап* (*восстановить*) и сделать *пуш* (*заливка на сервис*). Системы контроля версий (далее СКВ) различаются по принципу работы над проектом, но несут одну цель – разделение работы над ним.

Сегодня популярны следующие системы контроля версий: *git*, *mercurial*, *tfs*. Сервисы же – всего лишь звено, которое обеспечивает обслуживание СКВ. Большой популярностью пользуется СКВ *Git* и ее сервис *GitHub*.

Помимо СКВ, немаловажную роль в разработке играют *case-средства* (далее СС). СС автоматизируют сам процесс разработки и моделирования системы. Если разделить разработку на несколько этапов, то немалую часть занимает проектирование. СС позволяют построить схему проекта и по ней сгенерировать шаблонный код. Одним из таких продуктов СС является пакет от компании *Intel – RaionalRose*.

Услуги аутсорсинга и консалтинга в ИТ

ИТ-аутсорсинг – обслуживание ИТ-компанией процессов производства другой компании. На сегодняшний день перед компаниями стоит широкий ряд задач, которые зачастую не пересекаются с основной ее профессиональной областью,

а создание ИТ-отделов или даже дополнительный штат сотрудников не рассматривается. В связи с этим на рынке появляется услуга, называемая ИТ-аутсорсингом, основная функция которой состоит в обеспечении, поддержке и модернизации жизненного цикла процессов сторонней организации. ИТ-аутсорсинг пользуется большой популярностью среди бизнеса больших и средних масштабов, т.к. в состоянии позволить качественное обслуживание процессов, использующих ИТ-потенциал.

Параллельно с ИТ-аутсорсингом такую же нишу на рынке занимает ИТ-консалтинг, основной задачей которого является экспертная оценка системы, позволяющая оптимизировать процессы производства. Большой популярностью пользуются услуги ИТ-консалтинга в информационной безопасности.

ПРИМЕРНЫЕ ТЕСТОВЫЕ ЗАДАНИЯ ПО ТЕМЕ

1. Модель онлайн-хранилища, в котором данные хранятся на многочисленных распределенных в сети серверах, предоставляемых в пользование клиентам, – это:

- 1) облачный сервис;
- 2) камкодер;
- 3) вокодер;
- 4) скремблер.

2. Единица измерения средств во фрилансе – это:

- 1) часовая тарифная ставка;
- 2) трудодень;
- 3) трудовая норма выработки;
- 4) мегабайт.

3. Понятие, сущностно определяющее процесс обслуживания ИТ-компанией процессов производства другой компании, – это:

- 1) ИТ-аутсорсинг;
- 2) ИТ-фриланс;
- 3) ИТ-маркетинг;

4) ИТ-консалтинг.

4. Основной функцией ИТ-аутсорсинга является:

- 1) обеспечение, поддержка и модернизация жизненного цикла процессов сторонней организации;
- 2) экспертная оценка системы по оптимизации процессов производства собственной организации;
- 3) модернизация фискальной политики государства;
- 4) минимизация ресурсных затрат предприятия сектора обслуживания.

5. Основной целью ИТ-консалтинга является:

- 1) экспертная оценка системы по оптимизации процессов производства;
- 2) получение прибыли от эффективного производства обслуживаемых компаний;
- 3) максимизация информационной безопасности предприятия;
- 4) учет конкретных рисков и угроз информационной безопасности.

СЕМИНАРСКОЕ ЗАНЯТИЕ № 7

Тема: Механизмы мотивации в ИТ-бизнесе

1. Мотивация персонала.
2. Мотивы труда. Соотношение мотива и стимула.
3. Управление персоналом в сфере информатизации.

Мотивация персонала в организации – неотъемлемая часть корпоративной культуры каждой компании.

Подбирая индивидуальные стимулы для различных категорий сотрудников, можно управлять продуктивностью и результатами команды в целом. Мотивация работников должна учитывать стратегические цели организации, особенности корпоративной культуры, долгосрочные планы развития. Совокупность этих факторов влияет на построение и своевременную корректировку системы мотивации персонала в компании. Считается, что в основе поведения всегда лежит мотивация, за исключением деятельности, основанной на безусловных рефлексах.

В психологии *мотив* – это то, что активизирует поведение либо поддерживает и направляет его.

Это определение мотива отличается от обыденного представления, согласно которому *мотив аналогичен причинам*, объясняющим, почему человек поступил так, а не иначе, и, как правило, скрытым, не лежащим на поверхности.

Можно выделить мотивацию 2 видов: положительную и отрицательную.

Положительная мотивация – это стремление добиться успеха в своей деятельности. Она обычно предполагает проявление сознательной активности и связана определенным образом с проявлением положительных эмоций и чувств, например одобрением тех, с кем трудится данный человек.

К *отрицательной мотивации* относится все то, что связано с применением осуждения, неодобрения, что влечет за собой, как правило, наказание не только в материальном, но и в психологическом смысле слова. При отрицательной мо-

тивации человек стремится уйти от неуспеха. Боязнь наказания приводит обычно к возникновению отрицательных эмоций и чувств. А следствием этого является нежелание трудиться в данной области деятельности.

Трудовые мотивы в значительной степени определяются ценностными ориентациями индивидов, сформировавшимися в процессе их социализации и носящими достаточно устойчивый характер. В силу этого существуют и наиболее устойчивые мотивы трудовой деятельности, образующие мотивационное ядро.

Повседневное трудовое поведение характеризуют 3 укрупненных элемента мотивационного ядра: мотивы обеспеченности, мотивы призвания и мотивы престижа.

Мотивы обеспеченности связаны с повышением благосостояния работника и его семьи. *Мотивы призвания* работников состоят в стремлении реализовать в труде возможности профессионального роста и творчества. *Мотивы престижа* выражаются в стремлении работников реализовать свою социальную роль, получить общественную оценку, достойную своей трудовой деятельности. В зависимости от того, обеспечен или не удовлетворен тот или иной мотив в процессе трудовой деятельности, у индивида формируется позитивная или негативная оценка условий и содержания труда, т.е. та или иная степень удовлетворенности трудом.

Стимул представляет собой внешний фактор, направленный на формирование или усиление мотивов трудового поведения работника. В системе стимулов к труду выделяют *материальные* и *нематериальные стимулы*.

Материальные стимулы могут быть выражены как в денежной (заработная плата, премии, доплаты, надбавки), так и в безналичной форме (обеспечение жильем, путевки на отдых, лечение, в детских учреждениях в т.ч., улучшение условий труда, льготное питание и др.).

Нематериальные стимулы связаны с удовлетворением потребностей работника в самоутверждении, уважении со стороны трудового коллектива, в самореализации и самосовершенствовании. Они проявляются в самых разнообразных

формах: благодарность (устная или письменная), занесение на Доску почета предприятия, присвоение различных званий, награждение медалями и орденами и т.д.

Стимулирование – это функция управления, заключающаяся в сознательном использовании стимулов для формирования и усиления мотивов трудового поведения работников предприятий (организаций). Именно стимулирование труда увязывает потребности, интересы, мотивы и стимулы в единую систему, обеспечивает формирование определенной модели трудового поведения работников, адекватной целям предприятий (организаций).

Несмотря на близость понятий «мотив» и «стимул», они не тождественны. Мотив характеризует стремление работника получить блага, а стимул – это сами блага. Стимул может и не перерасти в мотив, если он требует от человека невозможных или неприемлемых действий. Стимул непосредственно ориентирован на потребность, ее удовлетворение, мотив же является главным соединительным звеном, пролегающим между потребностью и стимулом.

Управление персоналом в сфере информатизации

При рассмотрении этой типовой задачи менеджмента необходимо иметь в виду, что объектом управления для информационного менеджера является персонал не только подразделений сферы обработки информации предприятия, а весь персонал предприятия в целом. Это особенно важно учитывать, т.к. каждый работник предприятия может быть не только формальным конечным пользователем ИС – он может их также создавать, развивать и целенаправленно, эффективно использовать на своем рабочем месте. Эти важные свойства каждого работника предприятия являются его ресурсом в области создания, развития, использования и эксплуатации информационных систем и составляют часть кадрового ресурса предприятия.

Предприятию, во-первых, необходимо приложить усилия и затратить средства для приобретения работником начальных знаний (часто обозначаемых как компьютерная грамот-

ность); во-вторых, в соответствии с избранным профилем его деятельности необходимо интенсифицировать и актуализировать его ресурс также и в других задачах и функциях информационного менеджмента. Необходимо создавать предпосылки для формирования на предприятии обстановки привлекательности роста квалификации работников в сфере обработки информации, планировать этот рост.

Стратегическое требование сохранения и развития квалификационного потенциала у каждого из сотрудников предприятия должно преобразоваться в форму соответствующих программ обучения персонала. При этом естественно ориентироваться на планируемые предприятием инновационные проекты и использовать программы обучения персонала для их освоения.

Наряду с программами повышения квалификации общего характера, которые работники могут посещать добровольно, требуются также специальные программы планового обучения для освоения определенных информационных технологий и применения методов обработки информации в прикладных областях для конкретного применения информационных систем, предназначенных для определенных групп работников в обязательном порядке.

ПРИМЕРНЫЕ ТЕСТОВЫЕ ЗАДАНИЯ ПО ТЕМЕ

1. Побуждение человека к определенному поведению с помощью идейно-психологического воздействия характерно для механизма стимулирования:

- 1) морально-этического;
- 2) нормативно-правового;
- 3) физического принуждения;
- 4) экономического.

2. Определенная нужда субъекта (работника, коллектива, общества) в чем-либо – это:

- 1) потребность;
- 2) мотив;

- 3) стимул;
- 4) интерес.

3. Побуждение человека к определенному поведению с помощью силы закона характерно для механизма стимулирования:

- 1) нормативно-правового;
- 2) морально-этического;
- 3) физического принуждения;
- 4) экономического.

4. Понятие, используемое в экономике и финансах для обозначения стимулов деятельности субъектов экономических отношений при определении их поведения, – это:

- 1) экономический интерес;
- 2) потребность;
- 3) мотив;
- 4) стимул.

5. Автором теории иерархических потребностей человека является:

- 1) А. Маслоу;
- 2) К. Маркс;
- 3) М. Вебер;
- 4) Х. Ортега-и-Гассет.

СЕМИНАРСКОЕ ЗАНЯТИЕ № 8

Тема: Организационно-правовые формы бизнеса

1. Закрытые и открытые акционерные общества.
2. Общества с ограниченной и дополнительной ответственностью как субъекты хозяйственной деятельности.
3. Хозяйственные товарищества, производственные кооперативы и унитарные предприятия как субъекты хозяйственной деятельности.

В соответствии с Гражданским кодексом в Республике Беларусь могут создаваться следующие организационно-правовые формы коммерческих организаций: хозяйственные товарищества и общества, производственные кооперативы, унитарные предприятия.

Хозяйственные общества и товарищества – коммерческие организации, уставный фонд которых формируется за счёт вкладов нескольких граждан и (или) юридических лиц. Отличительной особенностью хозяйственных товариществ является то, что один или несколько участников несут неограниченную солидарную имущественную ответственность по обязательствам товарищества.

Акционерное общество – коммерческая организация, уставный фонд которого разделён на определённое число акций.

Акция – это ценная бумага, выпущенная акционерным обществом, удостоверяющая долю её владельца в уставном капитале предприятия и дающая право на получение дивидендов.

Различают *простые* и *привилегированные* акции. Размер дивидендов по простым акциям зависит от результатов хозяйственной деятельности предприятия. Привилегированные предусматривают выплату дивидендов, размер которых устанавливается в процентах от номинальной стоимости акции. Участники общества не отвечают по его обязательствам и несут риск убытков, связанных с деятельностью общества, в пределах стоимости принадлежащих им акций.

Акционерные общества бывают *открытыми* (ОАО) и *закрытыми* (ЗАО). Акционерное общество, участники которого могут свободно продавать принадлежащие им акции без согласия других акционеров, признается *открытым акционерным обществом*. Такое общество вправе проводить открытую подписку на выпускаемые ими акции и их свободную продажу на условиях, установленных законом. Акционерное общество, акции которого распределяются только среди его учредителей или иного заранее определенного круга лиц, признается *закрытым акционерным обществом*. Такое общество не вправе проводить открытую подписку на выпускаемые им акции.

Отличительной особенностью *хозяйственного общества* является ограниченная ответственность всех его участников (акционеров) по обязательствам общества. Различают следующие виды хозяйственных обществ: *с ограниченной ответственностью*, *с дополнительной ответственностью*, *акционерные*. Участники общества с *ограниченной ответственностью* несут риск убытков, связанных с деятельностью общества в пределах стоимости внесенных ими вкладов в уставный фонд. Особенностью общества с *дополнительной ответственностью* является то, что его участники дополнительно несут солидарную ответственность по обязательствам общества своим имуществом в установленных законодательством пределах – пропорционально их долям в уставном фонде общества. При экономической несостоятельности одного из участников его ответственность по обязательствам общества возлагается на другого участника. В зависимости от степени ответственности отдельных участников различают *полные* и *коммандитные товарищества*. В *полном товариществе* все участники солидарно отвечают по обязательствам предприятия всем своим имуществом. *Коммандитным* является *товарищество*, в котором наряду с участниками, осуществляющими предпринимательскую деятельность от имени товарищества и отвечающими по обязательствам товарищества своим имуществом, имеются участники-вкладчики (коммандиты), которые не принимают участия в управлении товариществом и отвечают по его обязательствам в пределах своих вкладов.

Производственный кооператив – это добровольное объединение граждан на основе членства для совместной коммерческой и трудовой деятельности, основанной на их личном трудовом или ином участии. Уставный фонд производственного кооператива формируется за счёт паевых взносов членов, которые несут субсидиарную ответственность по обязательствам. Прибыль кооператива распределяется между его членами в соответствии с их трудовым участием. В таком же порядке распределяется имущество, оставшееся после ликвидации кооператива и удовлетворения требований его кредиторов. Отличительной особенностью производственных кооперативов от хозяйственных товариществ является то, что в них не допускается участие юридических лиц.

Унитарным предприятием признается коммерческая организация, не наделенная правом собственности на закрепленное за собственником имущество. Имущество унитарного предприятия является неделимым и не может быть распределено по вкладам (долям, паям), в т.ч. между работниками предприятия. В форме унитарных предприятий могут быть созданы государственные (республиканские или коммунальные) или частные предприятия. Имущество унитарного предприятия находится в государственной либо в частной собственности.

Унитарные предприятия подразделяются на 2 категории:

- ✓ унитарные предприятия, основанные на праве хозяйственного ведения;
- ✓ унитарные предприятия, основанные на праве оперативного управления.

ПРИМЕРНЫЕ ТЕСТОВЫЕ ЗАДАНИЯ ПО ТЕМЕ

1. Понятие, которое определяет инициативную самостоятельную деятельность граждан, направленную на получение прибыли или личного дохода, осуществляемую от своего имени, под свою имущественную ответственность или от имени и под юридическую ответственность юридического лица, – это:

- 1) предпринимательство;
- 2) досуг;
- 3) когнитивная деятельность;
- 4) кооперация.

2. Субъектами предпринимательства в Республике Беларусь могут быть:

- 1) граждане Беларуси, иностранцы и лица без гражданства;
- 2) должностные лица и специалисты органов государственной власти и управления;
- 3) должностные лица и специалисты прокуратуры и суда;
- 4) военнослужащие.

3. В Республике Беларусь физическое лицо, осуществляющее предпринимательскую деятельность без образования юридического лица и зарегистрированное в установленном порядке, – это:

- 1) индивидуальный предприниматель;
- 2) лицензиар;
- 3) апатрид;
- 4) мерчендайзер.

4. Порядок создания юридических лиц, их государственной регистрации, для которого характерно возникновение по распоряжению собственника или уполномоченного им органа:

- 1) распорядительный;
- 2) разрешительный;
- 3) явочно-нормативный;
- 4) сертифицированный.

5. Статья Конституции Республики Беларусь, гарантирующая предоставление всем гражданам равные права для осуществления хозяйственной и иной деятельности:

- 1) ст. 13;
- 2) ст. 17;
- 3) ст. 31;
- 4) ст. 51.

ПРАКТИЧЕСКОЕ ЗАНЯТИЕ № 1

Тема: Учредительные документы юридического лица

Задание: составить учредительный договор коммерческой организации, устав частного унитарного предприятия (общества с ограниченной ответственностью).

Учредительный договор – договор, заключаемый между учредителями юридического лица при его создании, регламентирующий взаимоотношения учредителей юридического лица.

Учредительный договор должен содержать следующие разделы:

- 1) вводная часть;
- 2) цель заключения договора;
- 3) наименование и правовая форма организации;
- 4) место нахождения организации;
- 5) обязанности участников (учредителей) по созданию юридического лица;
- 6) порядок образования имущества;
- 7) условия и ответственность конкретных участников (учредителей) по обязательствам созданного юридического лица;
- 8) порядок распределения прибыли и погашения убытков;
- 9) порядок управления делами юридического лица;
- 10) права и обязанности участников (учредителей);
- 11) ответственность за нарушение договора;
- 12) условия и порядок выхода участников (учредителей) из состава организации и принятия новых членов;
- 13) порядок рассмотрения споров;
- 14) порядок расторжения договора, реорганизации и ликвидации юридического лица.

Учредительный договор подписывается учредителями (участниками), выдается каждому учредителю (участнику), и 1 экземпляр хранится в документах созданного юридического лица.

СЕМИНАРСКОЕ ЗАНЯТИЕ № 9

Тема: Финансовая деятельность организации сектора ИКТ

1. Виды финансового контроля.
2. Формы финансового контроля.
3. Основные методы финансового контроля.

В зависимости от субъектов, осуществляющих контроль, выделяют следующие виды финансового контроля:

1. *Государственный контроль* – проводится органами государственной власти и направлен на все объекты контроля, независимо от их ведомственной принадлежности и формы собственности.

2. *Ведомственный контроль* – проводится контрольно-ревизионными управлениями министерств и ведомств, охватывает только подотчетные организации.

3. *Внутрихозяйственный контроль* (внутренний аудит) – осуществляется подразделениями внутреннего контроля хозяйствующих субъектов. Важнейшей его формой является бухгалтерский учет. Бухгалтерский учет представляет собой упорядоченную систему сбора, регистрации и обобщения информации в денежном выражении об имуществе, обязательствах организаций и их движении путем сплошного, непрерывного и документального учета всех хозяйственных операций.

4. *Аудиторский контроль*. Целью аудита является формирование мнения о достоверности отчетности и соответствии ведения бухгалтерского учета законодательством. Аудиторский контроль может быть добровольным и обязательным.

5. *Правовой контроль* – проводится правоохранительными органами в форме ревизий судебной экспертизы (при нарушении законодательства).

6. *Общественный контроль* – выполняется не правительственными общественными организациями или гражданами на основе добровольности.

7. *Банковский контроль*.

По формам проведения финансовый контроль в зависимости от времени его осуществления подразделяется на:

- предварительный;
- текущий;
- последующий.

Предварительный финансовый контроль осуществляется на стадии составления, рассмотрения и утверждения финансовых планов организации, смет доходов и расходов, проектов бюджетов, текстов договорных соглашений, учредительных документов и т.д. Эта форма финансового контроля позволяет предупредить нарушение законов и нормативных актов.

Текущий финансовый контроль проводится в процессе исполнения финансовых планов, в ходе осуществления хозяйственно-финансовых операций, когда проверяется соблюдение норм и нормативов расходования товарно-материальных ценностей и денежных средств. Он производится повседневно финансовыми службами для исключения нарушений финансовой дисциплины.

Последующий финансовый контроль осуществляется путем анализа и ревизии бухгалтерской финансовой отчетности по окончании отчетного периода. Предназначен для оценки результатов хозяйственной деятельности и эффективности осуществления финансовой стратегии.

Практическая реализация финансового контроля осуществляется с использованием определенных методов.

Методы финансового контроля представляют собой совокупность обоснованных и адаптированных конкретно-определенных приемов, средств или способов, применяемых при осуществлении контрольных функций.

К методам финансового контроля относят:

- *наблюдение* – представляет собой ознакомление с деятельностью объекта контроля без применения сложных комплексных приемов получения и оценки информации;
- *обследование* – один из основных методов предварительного финансового контроля; направлено на исследование отдельных сторон финансово-хозяйственной деятельности;

применяется для оперативного выявления фактов, свидетельствующих о соблюдении финансовой дисциплины (или о ее нарушениях), а также определения целесообразности более глубокой, всесторонней проверки подконтрольного объекта;

– *анализ* – представляет собой специальный метод контроля достоверности финансовой документации с использованием аналитических приемов математики. Как правило, объектом финансового анализа являются бухгалтерские счета и балансы, а главной задачей – выявление полноты и своевременности отражения в учете и отчетности налогооблагаемой базы;

– *проверка* – представляет собой один из основных методов финансового контроля и предусматривает исследование определенного круга вопросов в целях выявления нарушений финансового законодательства. В ходе осуществления проверки контролирующие органы анализируют финансовую деятельность объекта, привлекая максимальное количество документальных источников информации. Субъектами, имеющими право на проведение проверок, являются практически все органы и агенты финансового контроля;

– *ревизия* – это комплексная проверка, направленная на изучение финансово-хозяйственной деятельности предприятий, организаций, учреждений, граждан-предпринимателей и др. Характерными чертами ревизии являются максимальный охват экономических и юридических сторон деятельности, участие в ее производстве экспертов и специалистов, сочетание различных приемов финансового контроля;

– *финансово-экономическая экспертиза* – проведение специалистами исследования действительных объемов и направлений движения финансовых средств в целях выявления целесообразности, рациональности и эффективности проведенных финансовых операций и финансовой деятельности и контролируемого субъекта за проверяемый период. Этот метод финансового контроля является наиболее сложным, трудоемким, но важным и необходимым как для контролирующего органа, так и для подконтрольного субъекта.

ПРИМЕРНЫЕ ТЕСТОВЫЕ ЗАДАНИЯ ПО ТЕМЕ

1. Методом финансового контроля является:

- 1) анализ;
- 2) аутсорсинг;
- 3) метрология;
- 4) фриланс.

2. Направление финансовой работы, которое помогает выявить недостатки, увеличить доходы, уменьшить издержки, повысить рентабельность, улучшить финансово-хозяйственную деятельность, – это:

- 1) анализ и контроль;
- 2) финансовое прогнозирование;
- 3) финансовое планирование;
- 4) оперативная финансово-экономическая работа.

3. Соотнесите понятия:

- | | |
|----------------------------------|--|
| 1) государственный контроль; | А) проводится органами государственной власти и направлен на все объекты контроля независимо от их ведомственной принадлежности и формы собственности; |
| 2) внутрихозяйственный контроль; | Б) проводится контрольно-ревизионными управлениями ведомств и министерств, охватывает только подотчетные организации; |
| 3) общественный контроль; | В) выполняется неправительственными общественными организациями или гражданами на добровольной основе; |
| 4) правовой контроль. | Г) проводится правоохранительными органами в форме ревизий судебной экспертизы (при нарушении законодательства). |

4. На какой срок составляются среднесрочные финансовые прогнозы?

- 1) 5–10 лет;
- 2) 3–5 года;
- 3) 6–12 месяцев;
- 4) 5–7 лет.

5. Что позволяет оценить достаточность средств для финансирования мероприятий бизнес-плана и расчетов по обязательствам организации?

- 1) финансовый план;
- 2) финансовая идея;
- 3) экономический план;
- 4) кредитно-денежный план.

СЕМИНАРСКОЕ ЗАНЯТИЕ № 10

Тема: Ликвидация и реорганизация коммерческих предприятий

1. Реорганизация предприятия: понятие и формы.
2. Цели реорганизации.
3. Передаточный акт и разделительный баланс.

Колебания экономики, появление новых законодательных актов, увеличение числа конкурентов на рынке – эти и многие другие факторы оказывают непосредственное влияние на жизнедеятельность любого предприятия. Избежать негативных последствий вышеуказанных изменений, а юридическому лицу продолжить оставаться «на плаву», работать и получать прибыль поможет его реорганизация.

Реорганизация предприятия – процесс изменения их структуры либо организационно-правовой формы. Любое юридическое лицо (вне зависимости от форм собственности) может быть реорганизовано следующими способами:

- слиянием – реорганизация предприятия в форме слияния представляет собой объединение нескольких юридических лиц в одно новое, при этом все права и обязанности каждого из них в соответствии с передаточным договором переходят к новой организации;
- присоединением – реорганизация в форме присоединения – это прекращение деятельности одного или нескольких юридических лиц и их вхождение в состав др. юридического лица (с переходом к последнему всех прав и обязанностей);
- разделением – при разделении юридического лица на несколько новых организаций его права и обязанности передаются вновь возникшим юридическим лицам в соответствии с разделительным балансом;
- преобразованием – в процессе данной формы реорганизации создается юридическое лицо другой организационно-правовой формы;

➤ выделением – реорганизация в форме выделения представляет собой создание предприятия с передачей ему части прав и обязанностей реорганизованного юридического лица, при этом деятельность последнего не прекращается.

От правовой формы реорганизуемого юридического лица зависит порядок осуществления данной процедуры (принятие решения, подготовка документации). Для начала процесса реорганизации коммерческие и некоммерческие организации должны представить следующие документы и сведения:

копию свидетельства о государственной регистрации фирмы и учредительных документов (договора, устава, приложений к ним, уведомлений об изменении места нахождения);

размеры уставного фонда, вкладов, долей учредителей;

копии паспортов директора реорганизуемой фирмы, ее учредителей, потенциальных учредителей, их контактные номера телефонов;

сведения о видах деятельности реорганизованного предприятия (в свободной форме), его местонахождении, банковских счетах, учетных данных, а также др. информацию в зависимости от формы реорганизации.

Подготовка документов, которые необходимо представить в регистрирующий орган, – лишь малая часть всех необходимых действий, которые включает процедура реорганизации. Данный процесс достаточно сложный, т.к. включает в себя несколько этапов и, как правило, касается нескольких юридических лиц. В общем виде алгоритм проведения реорганизации выглядит следующим образом:

1. Принятие соответствующего решения о реорганизации.
2. Уведомление государственных органов о реорганизации фирмы в соответствии со сроками, установленными законодательством.
3. Уведомление кредиторов о реорганизации.
4. Проведение инвентаризации активов и обязательств.
5. Подготовка передаточного акта (разделительного баланса), учредительных документов, документов об их утверждении.

6. Регистрация нового юридического лица (или изменений в учредительный документ существующего).

7. Изготовление (или) замена печати, переоформление счетов в банках, учетных данных в государственных органах, кадровых документов и пр.

Переход прав и обязанностей в рамках правопреемства при реорганизации юридических лиц подлежит документальному оформлению. Документами о правопреемстве в данном случае выступают передаточный акт и разделительный баланс. В соответствии со **ст. 54 Гражданского кодекса Республики Беларусь** (далее – **ГК**) при реорганизации в форме слияния, присоединения и преобразования составляется передаточный акт, а при реорганизации в форме разделения и выделения – разделительный баланс.

Составление этих документов является обязательным при реорганизации юридических лиц. Вместе с тем в настоящее время практически отсутствуют законодательные требования к форме и содержанию передаточного акта и разделительного баланса: они не включены в Перечень первичных учетных документов, утвержденный постановлением Совета Министров Республики Беларусь от 24.03.2011 № 360; типовые формы этих документов законодательно не установлены. Специальные требования к содержанию передаточного акта или разделительного баланса предусмотрены лишь **ст. 55 ГК**, согласно которой эти документы должны содержать положения о правопреемстве по всем обязательствам реорганизованного юридического лица в отношении всех его кредиторов и должников, включая и обязательства, оспариваемые сторонами.

ПРИМЕРНЫЕ ТЕСТОВЫЕ ЗАДАНИЯ ПО ТЕМЕ

1. В соответствии с законодательством основанием для добровольной ликвидации коммерческой организации является:

1) достижение цели, для которой создавалась данная организация;

- 2) допущение нарушений законодательства, которые носят устранимый характер;
- 3) решение суда;
- 4) решение регистрирующих органов.

2. Специальный орган, который создается для организации добровольного или принудительного прекращения деятельности юридического лица, – это:

- 1) ликвидационная комиссия;
- 2) инспекция по налогам и сборам;
- 3) патентное бюро;
- 4) центр лицензирования и сертификации.

3. Условия, при наличии которых субъект хозяйствования признается в установленном порядке экономически несостоятельным (банкротом):

- 1) приобретение ситуации с неплатежеспособностью должника устойчивого характера;
- 2) признание неплатежеспособности должника хозяйственным судом;
- 3) распространение информации о неплатежеспособности должника среди субъектов хозяйствования;
- 4) завершение действия лицензии;
- 5) истечение срока действия сертификата.

4. Определите верную последовательность стадий процесса ликвидации коммерческой организации (например, ГБАВ):

- А) выявление кредиторов ликвидируемой коммерческой организации;
- Б) принятие решения о ликвидации коммерческой организации;
- В) продажа имущества ликвидируемой коммерческой организации и выплата денежных сумм кредиторам;
- Г) составление ликвидационного баланса;
- Д) составление промежуточного ликвидационного баланса.

5. Требования, которые удовлетворяются в первую очередь при ликвидации юридического лица, – это требования:

- 1) о возмещении вреда жизни или здоровью;
- 2) о возврате банковского кредита;
- 3) об уплате налогов и сборов;
- 4) о выплате выходных пособий и оплате труда.

СЕМИНАРСКОЕ ЗАНЯТИЕ № 11

Тема: Применение авторского и патентного права для защиты ИТ-бизнеса

1. Служебные объекты авторского права.
2. Системы выдачи охранных документов.
3. Условия патентоспособности объектов промышленной собственности.
4. Авторский договор. Составление и оформление авторского договора.

Законодательство Республики Беларусь к *служебным объектам авторского права* относит объекты авторского права, созданные в порядке выполнения служебного задания или служебных обязанностей (служебное произведение).

Личные неимущественные права на служебное произведение принадлежат автору. Имущественные права на служебное произведение принадлежат нанимателю, если договором между ним и автором не предусмотрено иное. Автор служебного произведения не вправе препятствовать его обнародованию нанимателем.

В соответствии с Законом «О патентах на изобретения и полезные модели», *служебными изобретениями* могут быть только изобретения, созданные на следующих основных и дополнительных условиях:

Основные:

1. Изобретатель должен состоять в отношениях «наниматель – работник». Эти отношения регулируются только Трудовым Кодексом Республики Беларусь (не Гражданским Кодексом).

2. Должно иметь место служебное задание на создание изобретения (оно должно быть выражено в объективной форме: в письменном или графическом виде, записи на магнитную ленту, представление модели и т.п.).

3. Предмет изобретения, полезной модели должен относиться к области деятельности нанимателя.

Дополнительные:

1. Письменное уведомление автором нанимателя.
2. Письменное заявление нанимателя о притязаниях на патент в течение 3 месяцев с наступления даты уведомления.

Понятие «система выдачи охранных документов» следует понимать в 2 значениях:

1. По порядку выдачи охранных документов – различают 2 основные системы:

- а) заявительная;
- б) заявительно-проверочная.

2. Как система органов, уполномоченных выдавать охранные документы на ОПИС, а также нормативно-правовая база, регулирующая отношения, связанные с объектами промышленной интеллектуальной собственности.

Требований, при которых объекты промышленной собственности могут быть признаны изобретением, полезной моделью, согласно законодательству Республики Беларусь, всего 2:

- 1) наличие технического решения задачи;
- 2) выполнение условий (признаков) патентоспособности – новизна, изобретательский уровень, промышленная применимость.

Авторский договор – договор, заключаемый между автором произведения (или его наследниками) и пользователем произведения (издательством, киностудией, театром и т.п.) о передаче имущественных прав на данное произведение.

Основные положения авторского договора:

- Способы использования объектов.
- Сроки, на которые передаётся право.
- Территория, на которую распространяется действие передаваемого права.
- Порядок определения размера вознаграждения авторам за каждый способ использования объектов и сроки его выплаты.
- Другие условия, которые стороны сочтут необходимыми.

Сторонами авторского договора являются:

- 1) автор или его правопреемник;
- 2) пользователь.

Авторские договоры по поводу использования коллективных произведений заключаются со всеми соавторами.

Авторский договор должен быть заключен в *письменной форме*. Авторский договор об использовании произведения в периодической печати может быть заключен в *устной форме*. При продаже экземпляров компьютерных программ и баз данных договор считается заключенным в письменной форме, если его условия изложены соответствующим образом *на экземплярах программы или базы данных*.

Если стороны не включили в договор условие о сроке передачи прав, то действует следующее правило: договор может быть расторгнут автором по истечении 5 лет от даты его заключения, если пользователь будет письменно уведомлен об этом за 6 месяцев до расторжения договора.

Если стороны не включили в договор условие о территории, на которую распространяется действие передаваемых прав, то действие этих прав ограничивается территорией Республики Беларусь.

ПРИМЕРНЫЕ ТЕСТОВЫЕ ЗАДАНИЯ ПО ТЕМЕ

1. Совокупность правовых норм, регулирующих отношения, возникающие в связи с созданием и использованием различных производных творческой деятельности человека, т.е. произведений литературы, науки, искусства и др. интеллектуальной собственности, – это:

- 1) авторское право;
- 2) гражданское право;
- 3) административное право;
- 4) уголовное право.

2. Объектами авторского права и смежных прав являются:

- 1) творения человеческого разума, воплощенные в различно-

го рода научные, литературно-художественные, музыкальные произведения, а также результаты исполнительской деятельности, фонограммы;

2) изобретения, полезные модели, промышленные образцы, селекционные достижения, топологии интегральных микросхем, нераскрытая информация, товарные знаки и знаки обслуживания, географические указания, наименования мест происхождения товаров;

3) защищаемые законом межличностные отношения, взаимодействия личности и общества, личности и государства, на которые осуществляются посягательства;

4) материальные и энергетические ресурсы.

3. Нарушение неимущественных авторских прав, умышленное присвоение авторства чужого произведения искусства или достижения науки, технических решений или изобретений, – это:

1) плагиат;

2) компиляция;

3) цессия;

4) фриланс.

4. Статья Конституции Республики Беларусь, законодательно гарантирующая охрану интеллектуальной собственности:

1) ст. 51;

2) ст. 13;

3) ст. 17;

4) ст. 32.

5. Что не является средствами индивидуализации:

1) государственные символы и знаки;

2) фирменные наименования;

3) товарные знаки;

4) знаки обслуживания;

5) коммерческие обозначения.

СЕМИНАРСКОЕ ЗАНЯТИЕ № 12

Тема: Коммерческое использование объектов интеллектуальной собственности в сфере ИКТ

1. Виды лицензий.
2. Организация работ по продаже лицензий.
3. Договор уступки, инжиниринга, франчайзинга.
4. Государственная регистрация лицензионных договоров.

Под **лицензией** понимается предоставление прав на использование изобретений, промышленных образцов товарных знаков, ноу-хау и других научно-технических достижений владельцем этих прав (лицензиаром) другому заинтересованному лицу (лицензиату) за обусловленное вознаграждение и на определенных условиях.

В зависимости от критерия выделяют следующие виды лицензий:

- ***По составу передаваемых по соглашению права:***

1. *Патентные лицензии.*

Предметом такого рода лицензионного договора является предоставление права использования, например, изобретения, на которое подана заявка или уже получен охранный документ в форме патента, предоставляющий исключительное право на изобретение, при этом право на использование ноу-хау, технической информации и т.п. не предоставляется.

2. *Беспатентные лицензии.*

Договор лицензионного характера, объектом которого становится различного рода техническая и иная информация, в т.ч. ноу-хау, содержащий передачу / получение прав, вытекающих из охранных документов.

3. *Комплексные лицензии*, в которых право использования запатентованных изобретений (и / или др. объектов промышленной собственности) сочетается с правом использования ноу-хау, причем последнее обычно имеет большее значение.

- ***По наличию в составе договора того или иного количества товарной продукции:***

а) договоры, не предусматривающие поставку оборудования;

б) договоры, предусматривающие одновременно продажу лицензий и поставку оборудования, полуфабрикатов, комплектующих и т.п.

• ***Третий вид классификации лицензий исходит из важного юридического критерия – критерия характера использования передаваемых прав:***

а) *неисключительная (простая)* – лицензиар предоставляет лицензиату право на изготовление и продажу соответствующей продукции в пределах, определенных договором, но в то же время сохраняет за собой право на изготовление и продажу.

б) *исключительная* – право монопольного пользования предметом лицензии предоставляется одному лицу в объеме, определяемом условиями договора.

в) *полная* – лицензиар уступает лицензиату все права из охранного документа на всей (всех) территории(-ях) на весь срок действия патента. От договора продажа патента отличается тем, что смены патентообладателя не происходит;

г) *возвратная* – предоставление лицензиару права на использование усовершенствований объекта техники или технологии, разработанных лицензиатом;

д) *перекрестная (кросс-лицензия)* – взаимная переуступка прав патентообладателями при заключении лицензионного соглашения – практикуется тогда, когда партнеры не могут осуществлять свою деятельность, не нарушая прав друг друга;

е) *принудительная* – по законодательству различных стран, в т.ч. по законодательству Республики Беларусь, при неиспользовании или недостаточном использовании патентообладателем изобретения или промышленного образца в течение 5 лет, а полезной модели – в течение 3 лет с даты выдачи патента (при отказе патентообладателя от предоставления лицензии) любое лицо может обратиться в компетентный государственный орган с просьбой о предоставлении ему принудительной неисключительной лицензии.

Операции по приобретению имущественных прав на объекты интеллектуальной собственности (ОИС) оформляются договорами уступки, лицензионным или авторскими договорами. В договоре указывается стоимость передаваемых прав на ОИС, которая является основой для определения стоимости будущего актива. К ней добавляется величина необходимых платежей, связанных с регистрацией договоров и оценкой их стоимости.

Договор уступки исключительных прав является разновидностью договора купли-продажи объекта, с тем отличием, что предметом купли-продажи является не материальный объект, а исключительные права на объекты интеллектуальной собственности. Это означает, что заключая договор такого вида, продавец полностью отказывается от принадлежащих ему исключительных прав на результат интеллектуальной деятельности и передает их покупателю.

Инжиниринг включает предоставление комплекса или отдельных видов услуг инженерно-технического характера: исследование, проектирование, строительство, разработка и освоение новых технологических процессов, усовершенствование существующих на предприятии производственных процессов, поставка комплектного оборудования, техники, выполнение монтажных работ, освоение и организация производства новых изделий.

Франчайзинг – договор комплексной предпринимательской лицензии, в соответствии с которым одна сторона (правообладатель) обязуется предоставить другой стороне (пользователю) за вознаграждение комплекс исключительных прав, включающий право использования фирменного наименования правообладателя и охраняемой коммерческой информации, а также других объектов исключительных прав (товарного знака, знака обслуживания и др.), предусмотренных договором, для предпринимательской деятельности пользователя.

Государственная регистрация лицензионных договоров регулируется Постановлением Совета Министров Республики Беларусь № 346 от 21 марта 2009 г. «О регистрации лицензионных договоров, договоров уступки прав на объекты

права промышленной собственности, договоров о залоге имущественных прав, удостоверяемых свидетельством на товарный знак, знак обслуживания, и договоров комплексной предпринимательской лицензии (франчайзинга)».

Сведения о зарегистрированных договорах, включая номер государственной регистрации договора, вид договора, наименование сторон договора, вид лицензии (при регистрации лицензионного договора), срок действия договора, номер патента либо свидетельства, а также о внесенных в них изменениях и дополнениях, об их расторжении публикуются в официальном бюллетене патентного органа.

ПРИМЕРНЫЕ ТЕСТОВЫЕ ЗАДАНИЯ ПО ТЕМЕ

1. Процесс, в соответствии с которым одна из сторон лицензионного соглашения, предоставляет другой стороне право на использование объекта лицензии (изобретения, технологии, технического опыта и прочих форм промышленной собственности):

- 1) лицензиар;
- 2) лицензиат;
- 3) апатрид;
- 4) сертификат.

2. Деятельность специально уполномоченных государственных органов и заинтересованных субъектов хозяйствования, направленная на подтверждение соответствия продукции, работ, услуг требованиям, установленным законодательными актами и стандартами в отношении данной продукции, работ, услуг:

- 1) сертификация;
- 2) лицензирование;
- 3) люстрирование;
- 4) аутентификация.

ПРАКТИЧЕСКОЕ ЗАНЯТИЕ № 2

Тема: Бизнес-план: понятие, структура, цели и задачи

Задание: разработать и представить бизнес-план коммерческой организации.

Бизнес-план – это программный документ, подробно описывающий главные аспекты определенного вида деятельности при основании предприятия, его модернизации, возможности вливания инвестиционных средств, реорганизации компании или при выявлении новых направлений развития.

Грамотно составленный и рассчитанный бизнес-план в итоге демонстрирует эффективность вложения финансовых средств, срок окупаемости инвестиций, конкретные условия возврата затрат и получения прибыли.

На данный момент не существует определенных методик подготовки бизнес-плана, однако, в соответствии со стандартами UNIDO (Организация Объединённых Наций по промышленному развитию), общая структура бизнес-плана должна придерживаться следующих основных разделов:

1. Резюме

Находится в начале документа и служит для краткого отражения основных идей и параметров бизнес-плана. Писать его следует в последнюю очередь. От содержания резюме зависит, будут ли инвесторы изучать весь бизнес-план или нет. Поэтому пишите резюме ярко, броско, опишите в красочных выражениях, какие выгоды получают инвесторы, если они возьмутся за финансирование вашего бизнес-плана.

2. Титульный лист бизнес-плана

Чем техничнее и профессиональней он составлен, тем лучшее впечатление произведет и сам проект. Специалист, работающий с бизнес-планами регулярно, сразу увидит качество оформления.

На титульном листе должны присутствовать:

– наименование предприятия;

- срок, на который составлен бизнес-план;
- ФИО и должность составителя;
- координаты и контактные данные компании;
- дата составления бизнес-плана.

3. Меморандум о конфиденциальности

Он призван защитить авторские права разработчиков на данный бизнес-план и может быть размещен на титульном листе, если он достаточно краткий, или на следующей за титульным листом странице. В нем содержится напоминание о том, что знакомящийся с бизнес-планом берет на себя ответственность и гарантирует нераспространение содержащейся в нем информации без предварительного согласия автора. В нем может быть запрет на копирование всего бизнес-плана или отдельных его частей, на передачу его третьим лицам. Также в нем может содержаться требование о возврате бизнес-плана автору, если он не вызвал интереса.

4. Оглавление бизнес-плана

Для удобства чтения необходимо разбить бизнес-план на основные разделы. С помощью оглавления каждому читающему будет просто сразу найти интересующий его раздел.

5. Цель предлагаемого проекта

Этот раздел бизнес-плана должен содержать:

- описание тех товаров или услуг, которые Вы хотите предложить Вашим будущим покупателям и ради производства которых задумывается весь проект;
- примерную оценку той цены, по которой должен будет продаваться Ваш товар;
- оценку затрат, которые потребует производство товара;
- примерную величину прибыли, которую будет приносить каждая единица товара;
- организацию сервиса Вашего товара, если это техническое изделие.

При разработке этого раздела бизнес-плана описывается наиболее подробным образом производимая предприятием продукция или услуга. Необходимо указать наименование продукции, ее отличительные черты, конкурентоспособность,

степень готовности к производству, безопасность, экологичность, а также концепцию ценообразования.

6. Анализ и оценка рынка сбыта

Этот раздел бизнес-плана должен содержать:

- описание потребительской продукции и услуг;
- размер рынка и возможные тенденции его развития;
- оценку конкурентов;
- оценку собственных сильных и слабых сторон относительно конкурентов.

Изучение конкурентов – сложный и кропотливый этап составления бизнес-плана. Необходимо внимательно изучить и оценить все нюансы работы ваших конкурентов, понять специфику работы в данной сфере и реализовать в своем бизнесе все лучшее, что почерпнули у конкурентов.

7. План маркетинга

Задача маркетинга – определить потребительские качества товара и придумать, как подать это все клиентам. Информация раздела должна убедить потенциального потребителя бизнес-плана в существовании рынка сбыта для предмета планирования и в способности лиц, реализующих проект, его продавать.

В этом разделе бизнес-плана необходимо описать:

- как Вы собираетесь продавать свой товар – через собственные фирменные магазины или через оптовые организации;
- как будете определять цены на свои товары;
- какой уровень прибыльности на вложенные средства собираетесь реализовать;
- как будете организовывать рекламу и сколько средств собираетесь на это выделить;
- как будете добиваться постоянного роста продаж – за счет расширения района сбыта или за счет поиска новых форм привлечения покупателей;
- как будете организовывать службу сервиса и сколько на это Вам потребуется средств;

- как будете добиваться хорошей репутации своих товаров и самой фирмы в глазах общественности;
- сведения об оценке патентоведом патентной чистоты этих товаров в тех странах, где вы собираетесь их продавать.

8. План производства

В этом разделе бизнес-плана должны быть описаны все производственные и др. рабочие процессы. Здесь же рассматриваются все вопросы, связанные с помещениями, их расположением, оборудованием, рабочим персоналом. В этом разделе должны найти отражение вопросы, каким образом и в какие сроки может быть увеличен или сокращен объем выпуска продукции. Полезным элементом в этом разделе бизнес-плана будет схема потоков на предприятии: откуда и как будут поступать все виды сырья и комплектующие изделия; в каких цехах и как они будут перерабатываться в продукцию, как эта продукция будет поставляться с предприятия. Особое внимание уделите контролю за всем, что связано с производством.

9. Организационный план

В этом разделе бизнес-плана отражаются все организационные связи с партнерами, учредителями и обосновывается организация производственной деятельности.

В нём должны быть отражены:

- организационно-правовая форма собственности фирмы;
- организационная структура фирмы;
- распределение обязанностей;
- сведения о партнерах;
- описание внешней среды бизнеса;
- трудовые ресурсы фирмы;
- сведения о членах руководящего состава.

10. Финансовый план

Этот раздел бизнес-плана должен обобщить материалы предыдущих частей и представить их в стоимостном выражении. Задача финансового плана – доказать эффективность проекта на всем периоде реализации. При его составлении следует давать прогноз с разбивкой не по годам, а ежемесячно. Если же окупаемость проекта планируется на несколько лет,

то первый год следует представить с помесечной разбивкой, а последующие – поквартально. При этом необходимо четко отметить «точку возврата» – начало отдачи вложенных средств и планируемый срок полного возврата инвестиций.

Этот раздел бизнес-плана должен содержать:

- план доходов и расходов;
- план денежных поступлений и выплат;
- свободный баланс и баланс пассивов фирмы;
- график достижения безубыточности;
- стратегию финансирования (источники поступления средств и их использование);
- оценку риска и страхование.

11. Приложения

В этот заключительный раздел бизнес-плана могут быть внесены все документы, которые не являются предметом планирования, но на которые ссылаются в остальных разделах:

- копии контрактов, лицензий и т.п.;
- копии документов, из которых взяты исходные данные;
- прейскуранты поставщиков;
- таблицы расчетов финансовых показателей, не вошедшие в основные разделы.

ПРАКТИЧЕСКОЕ ЗАНЯТИЕ № 3

Тема: Подготовка презентации бизнес-плана и питча

Задание: подготовить презентацию бизнес-плана коммерческой организации, разработать содержание питча.

В результате анализа успешных презентаций бизнес-плана была составлена следующая рекомендуемая структура:

- Цели компании.
- Проблема.
- Решение.
- Почему сейчас?
- Объем рынка.
- Продукт.
- Компания.
- Бизнес-модель.
- Конкуренты.
- Финансы.

Пример идеального питча:

«Люди хотят быстро перемещаться. Я сделал телепорт, и он уже работает. Так как я сам из транспортного сектора и у меня мощная команда инженеров, способных сделать много телепортов, и достаточное количество продавцов, способных продать организацию целой сети, мне нужны инвестиции на реализацию этого проекта. Дайте мне \$1 млн, и через 3 года я принесу вам \$100 млн обратно».

В такой истории точно захочется разобраться поподробнее.

На всех этапах разработки следует помнить, что *основная задача питча* – в первую очередь заинтересовывать и добиваться того, чтобы результатом явилась последовавшая за ним полноценная встреча, а за ней еще одна.

СЕМИНАРСКОЕ ЗАНЯТИЕ № 13

Тема: Рынок информационных услуг и продуктов

1. Структура рынка информационных продуктов и услуг. Секторы и элементы рынка информационных продуктов и услуг.
2. Интерактивные информационные услуги.
3. Потребители информационных ресурсов и их информационные потребности.
4. Источники и поставщики информационных ресурсов.

В настоящее время быстрыми темпами идет формирование рынка информационных продуктов и услуг, важнейшими компонентами которого являются:

1) техническая и технологическая составляющая – это современное информационное оборудование, мощные компьютеры, развитая компьютерная сеть и соответствующие им технологии переработки информации.

2) нормативно-правовая составляющая – это юридические документы: законы, указы, постановления, которые обеспечивают цивилизованные отношения на информационном рынке.

3) информационная составляющая – это справочно-навигационные средства и структуры, помогающие находить нужную информацию.

4) организационная составляющая – это элементы государственного регулирования взаимодействия производителей и распространителей информационных продуктов и услуг.

В зависимости от вида объекта купли-продажи рынок информационных продуктов может быть представлен 5 секторами.

1-й сектор – деловая информация (биржевая и финансовая информация, статистическая и коммерческая информация о компаниях).

2-й сектор – информация для специалистов (профессиональная и научно-техническая информация, доступ к первоисточникам).

3-й сектор – потребительская информация (новости и литература, развлекательная информация).

4-й сектор – услуги образования, включает все формы и ступени образования: дошкольное, школьное, специальное, среднее профессиональное, высшее, повышение квалификации и переподготовку.

5-й сектор – обеспечивающие информационные системы и средства (программные продукты, технические средства, разработка и сопровождение информационных систем и технологий, консультирование по различным аспектам информационной индустрии, подготовка источников информации).

Продолжает усиливаться тенденция на расширение рынка интерактивных информационных услуг. В целом этот подсектор информационного рынка представляется прибыльным видом бизнеса и может быть условно подразделен на 5 направлений:

- 1) рассылка вопросников пользователям;
- 2) работа непосредственно с потребителями через организацию специальных встреч с пользователями для выявления необходимости разработки и внедрения новых программных продуктов;
- 3) высокоспециализированный сектор рынка, прежде всего ориентированный на деловую сферу, который имеет потенциал роста, т.к. пока не пришел к насыщению;
- 4) сектор рынка услуг для обеспечения управленческих решений, который представляется наиболее многообещающим для развития, поскольку способствует переходу от обработки информации внутри организации к использованию внешних систем, предлагающих более привлекательный набор услуг;
- 5) домашний рынок представляется самым значительным и может стать экономически эффективным, слившись с новым сектором услуг – *электронных сделок* (платежей, банковских операций, покупок).

Потребителями информационных продуктов и услуг могут быть различные юридические и физические лица-специалисты, работающие почти во всех сферах производства и нуж-

дающиеся в дополнительных знаниях. Они могут быть разделены на следующие группы:

- работники научно-исследовательских учреждений и учебных заведений;
- специалисты промышленных предприятий, фирм и предприятий торговли;
- специалисты консалтинговых и маркетинговых информационных агентств;
- работники государственных учреждений;
- работники общественных организаций;
- индивидуальные пользователи.

Основным источником информации для информационного обслуживания в современном обществе являются базы данных. Они интегрируют в себе поставщиков и потребителей информационных услуг, связи и отношения между ними, порядок и условия продажи и покупки информационных услуг.

Поставщиками информационных продуктов и услуг могут быть:

- центры, где создаются и хранятся базы данных, а также производится постоянное накопление и редактирование в них информации;
- центры, распределяющие информацию на основе разных баз данных;
- службы телекоммуникации и передачи данных;
- специальные службы, куда стекается информация по конкретной сфере деятельности для ее анализа, обобщения, прогнозирования, например консалтинговые фирмы, банки, биржи;
- коммерческие фирмы;
- информационные брокеры.

ПРИМЕРНЫЕ ТЕСТОВЫЕ ЗАДАНИЯ ПО ТЕМЕ

1. Составляющими рынка информационных ресурсов, продуктов и услуг являются:

- 1) аппаратно-программные средства;

- 2) технологии переработки информации;
- 3) технология бурения скважин;
- 4) средства защиты от паразитов;
- 5) товары промышленного производства.

2. Потребителями информационных продуктов и услуг могут быть:

- 1) юридические и физические лица;
- 2) только юридические лица;
- 3) только физические лица.

3. Основным источником информации для информационного обслуживания в современном обществе – это:

- 1) базы данных;
- 2) сеть Интернет;
- 3) СМИ;
- 4) реклама.

4. Система, сводящая в одном месте покупателей и продавцов активов, обеспечивающая доступ участникам рынка через сеть Интернет и предоставляющая участникам торгов собственные площадки для проведения торговых операций, – это:

- 1) электронное брокерство;
- 2) электронная площадка;
- 3) электронный магазин;
- 4) мегапортал.

5. Оригинальный Интернет-портал, обращающийся ко всему Интернет-сообществу, а не к специфической группе с определенным интересом, – это:

- 1) мега-портал;
- 2) вортал (субпортал);
- 3) корпоративный портал;
- 4) веб-сайт.

СЕМИНАРСКОЕ ЗАНЯТИЕ № 14

Тема: Организация коммерческой деятельности в сетях

1. Реклама в сетях.
2. Типичные ошибки в рекламе.
3. Принципы эффективной рекламы.

Интернет-реклама – реклама, размещаемая в сети Интернет; представление товаров, услуг или предприятия в сети Интернет, адресованное массовому клиенту и имеющее характер убеждения.

Интернет-реклама, как правило, носит 2-ступенчатый характер:

- рекламный носитель со ссылкой;
- сайт рекламодателя.

Виды интернет-рекламы:

- медийная реклама;
- контекстная реклама;
- поисковая реклама;
- геоконтекстная реклама;
- вирусная реклама;
- продакт-плейсмент;
- с использованием электронной почты;
- поисковая оптимизация;
- всплывающие окна и *spyware*;
- электронная доска объявлений;
- реклама в социальных медиа.

Типичные ошибки в рекламе:

- ✓ отсутствие постоянного образа рекламной кампании;
- ✓ попытки одновременно охватить всю аудиторию;
- ✓ рекламная идея противоречит здравому смыслу;
- ✓ неудачное использование рекламных носителей;
- ✓ невнимание к деталям;
- ✓ слишком честно / лестно;
- ✓ несоответствие контексту;
- ✓ увлечение знаменитостями.

Основные принципы эффективной рекламы:

☑ представление с выгодной стороны продукта не самого по себе, а как средства удовлетворения определенных потребностей;

☑ правильное определение побудительных мотивов покупателя;

☑ рекламное обращение должно иметь броский, привлекающий внимание вид;

☑ реклама должна создавать вокруг организации и товара атмосферу широкой гласности.

ПРИМЕРНЫЕ ТЕСТОВЫЕ ЗАДАНИЯ ПО ТЕМЕ

1. Определите вариант, в котором приведена верная очередность сфер развития электронного бизнеса:

- 1) банки – СМИ – транспорт – поставки;
- 2) СМИ – поставки – банки – транспорт;
- 3) банки – транспорт – поставки – СМИ;
- 4) транспорт – поставки – СМИ – банки.

2. Одним из видов электронных торговых площадок не является:

- 1) независимая торговая площадка;
- 2) площадка, создаваемая покупателями;
- 3) площадка, создаваемая продавцами;
- 4) торговая площадка, созданная 3-й стороной.

3. Основными функциями электронных торговых площадок являются:

- 1) продажа программного обеспечения;
- 2) размещение рекламы;
- 3) бесплатный обмен товарами;
- 4) доставка товаров на дом.

4. Электронный бизнес в рамках нескольких организаций предполагает осуществление сделок с использованием сети:

- 1) экстрасеть (*extranet*, или экстранет);

- 2) интранет (*intranet*, или интрасеть);
- 3) Интернет (*Internet*);
- 4) розничной торговли.

5. Какие системы электронной коммерции наиболее популярны?

- 1) «бизнес – бизнес»;
- 2) «бизнес – потребитель»;
- 3) «потребитель – правительство»;
- 4) «потребитель – потребитель».

СЕМИНАРСКОЕ ЗАНЯТИЕ № 15

Тема: Организация продаж в области ИКТ

1. Правила эффективного маркетинга.
2. Маркетинговые стратегии.
3. Методики эффективных продаж.

Правильный маркетинг служит для того, чтобы predispose потенциальных клиентов к покупке, заинтересовать в своих товарах или услугах и подтолкнуть их к правильному выбору, а не навязать свой продукт тому, кто вообще не собирался к вам обращаться.

Для эффективного маркетинга абсолютно необходимо правильное сочетание 3 критически важных шагов:

- правильный рынок;
- правильное сообщение (под нужды конкретного рынка);
- и правильный способ донесения своей информации до этого рынка (правильное медиа).

Можно выделить следующие основные маркетинговые стратегии:

⇄ *Стратегия LeadGeneration*

Это маркетинговая деятельность по поиску потенциальных клиентов, в результате которой продавцы получают контактные данные возможных покупателей, выразивших интерес к их продуктам или услугам.

Лидогенерация помогает процессу продаж. Цель – взять у клиента контакты и шаг за шагом, поэтапно, «за руку» провести его через весь процесс продаж – до того момента, когда он с удовольствием сам расстанется с деньгами.

⇄ *Стратегия эффективного использования существующих клиентов*

Следует иметь базу данных с существующими клиентами и общаться с ними на постоянной основе.

⇄ *Стратегия использования свидетельств и отзывов*

Один из наиболее важных элементов любой маркетинговой стратегии – обоснование вашего утверждения, а наиболее

простой способ обеспечить это обоснование – привести отзывы клиентов.

⇄ *Стратегия получения рефералов*

У клиента есть знакомые, которым он может порекомендовать вас. Они станут рефералами. Можно поощрять клиента за рекомендацию бесплатной опцией. Необходимо сообщить ему подробно, с каким именно предложением вы обратитесь к рефералам, основываясь на полученной рекомендации.

⇄ *Стратегия CrossPromotion*

Кросс-промоушн (перекрестное продвижение, совместное продвижение) – комплекс маркетинговых мероприятий, реализуемых 2 (или несколькими) неконкурирующими брендами совместно, если объектом воздействия промоуш-мероприятий является тождественная (или близкая к тождественной) целевая аудитория (продвижение своего товара, совместно с товаром другого производителя).

⇄ *Стратегия последовательности писем*

Данная стратегия использует серию из 3 писем для привлечения клиентов и направления им предложений о вашем бизнесе. Нужно знать, что вероятность получить отклик на 1-е письмо составляет от 1 % до 2 %. Через 10–12 дней после того, как послали 1-е письмо, следует послать 2-е тем, кто не ответил. Еще через 10–12 дней после 2-го письма надо послать 3-е с финальным уведомлением.

Выделим следующие **методы эффективных продаж:**

1. Обслуживание. Ориентация – на уровень сервиса.

Задачи: обслужить клиента и отпустить товар – простые пассивные продажи.

2. Агрессивный. Такой метод используется, например, страховыми компаниями, которые работают с частными покупателями.

Задачи: продажи любой ценой. И эта «любая цена» – как правило, ущемление интересов покупателя. Т.е. происходит, скорее всего, разовая продажа.

3. Спекулятивный метод. Если в 1-м варианте ориентация на уровень сервиса, во 2-м – на товар, то в спекулятивном

методе ориентация – на личный интерес, и, в первую очередь, на личный интерес человека, который принимает решение о покупке.

Задача: нужно сделать такое предложение, от которого человек не сможет отказаться.

4. Консультативный. Методы организации ориентируются на клиента по принципу консультативных продаж.

Задачи: продажи сегодня, завтра и послезавтра, т.е. не разовые, не однократные продажи. Так продаются как дорогие, так и дешевые продукты.

5. Комплексные продажи. Данный метод продаж ориентируются на бизнес покупателя.

Задача: общими усилиями создать некий бизнес, некий проект, некое решение – именно такое решение, которое будет приемлемо в данной ситуации для покупателя. Особенность в том, что к этому решению обоюдно должны прийти как продавец, так и покупатель, прикладывая к этому равные усилия.

ПРИМЕРНЫЕ ТЕСТОВЫЕ ЗАДАНИЯ ПО ТЕМЕ

1. Для успешной работы по лидогенерации посредством инструментов личного взаимодействия (звонки, мероприятия, маркетинговые исследования и т.д.) требуется:

- 1) качественная и продающая промо-страница (лэндинг);
- 2) маркетинговые списки контактов целевых аудиторий;
- 3) протестированные объявления и баннеры, ведущие на лэндинг;
- 4) источники трафика, отобранные по характеристикам целевой аудитории.

2. Основными функциями маркетинга являются:

- 1) аналитическая функция;
- 2) производственная функция;
- 3) социальная функция;
- 4) коммуникационная функция.

3. Выделите методы реализации стратегии LeadGeneration:

- 1) лидогенерация посредством телемаркетинга;
- 2) реклама на онлайн-ресурсах с целью лидогенерации;
- 3) отсутствие рекламы на онлайн-ресурсах;
- 4) отказ от конференций и вебинаров.

4. Выделите основные преимущества стратегии *Cross-promotion*:

- 1) экономия рекламного бюджета;
- 2) увеличение объёма продаж;
- 3) гарантированный результат;
- 4) возможность планировать продажи.

5. Организационная функция и совокупность процессов создания, продвижения и предоставления продукта или услуги покупателям и управление взаимоотношениями с ними с выгодой для организации – это...

- 1) маркетинг;
- 2) рекламная стратегия;
- 3) стратегический план;
- 4) корпоративная стратегия.

**ПРИМЕРНАЯ ТЕМАТИКА РЕФЕРАТОВ
по дисциплине «Основы бизнеса и права
в информационных технологиях»**

1. Соотношение понятий «предпринимательство» и «бизнес».
2. Категориальное пространство современной теории предпринимательской деятельности (бизнес-среда, бизнес-сообщество, капитал, капитализм, рынок, предприниматель, потребитель).
3. Социальные функции бизнеса в современном обществе.
4. Преимущества и выгоды ведения предпринимательской деятельности, истории успеха.
5. Приоритеты и особенности мышления предпринимателя.
6. Предпринимательская деятельность в сфере информационно-коммуникационных технологий (ИКТ).
7. Сущность информационного риска.
8. Предпринимательство как особый вид инновационной деятельности.
9. Значение предпринимательства в инновационном развитии в Республике Беларусь.
10. Сущность учения о предпринимательстве Р. Кантильона.
11. Понятие капиталистического духа в работе М. Вебера «Протестантская этика и «дух капитализма».
12. Проблемы взаимовлияния капиталистического духа и капитализма в работах В. Зомбарта.
13. Личность буржуа в произведении В. Зомбарта «Буржуа: этюды по истории духовного развития современного экономического человека».
14. Духовные характеристики современного экономического человека.
15. А. Смит о природе капитала, его накоплении и применении.
16. Сущность и функции предпринимательства в труде Ж.Б. Сэя «Трактат по политической экономии».

17. Честность как неотъемлемое качество предпринимателя в работе К. Рендолла «Кредо свободного предпринимательства».

18. Характеристика предпринимательства, предлагаемая Й. Шумпетером.

19. «Домострой»: правила ведения хозяйства.

20. Хозяйственный аскетизм и хозяйственный эгоизм как модели хозяйствования в произведениях С.Н. Булгакова.

21. Предприниматель как добрый хозяин в работе П. Савицкого «Хозяин и хозяйство».

22. Основные черты русской цивилизации и ее самобытность в произведении О. Платонова «Экономика русской цивилизации».

23. Рассмотрение предпринимательства в работах Н.Н. Зарубиной.

24. Принципы православия и капитализм: вероятность или невозможность совмещения.

25. Социально-этическая ответственность предпринимателя в статье Р. Апресяна «Ценностные контрверзы предпринимательства».

26. Практическое значение монографии В. Орлова «Философия бизнеса» для улучшения бизнес-климата в Беларуси.

27. Основные подходы к определению деятельности, ее структура.

28. Многофункциональная структура бизнес-деятельности.

29. Соотношение общественного идеала и частного интереса в предпринимательстве.

30. Социальная ответственность бизнеса. Дискуссии о социальной ответственности.

31. Межкультурная коммуникация в бизнесе как оптимизация деловых контактов.

32. Формы межкультурной коммуникации.

33. Состав типичной межкультурной бизнес-коммуникации в практике.

34. Информационная культура.

35. Этические нормы информационной деятельности человека.

36. Правовая охрана программ и данных. Конфиденциальность и защита информации (защита доступа к компьютеру, защита программ от нелегального копирования и использования, шифрование данных, защита информации в Интернете).

37. Понятие фриланса, ИТ-фриланс. Сравнение официального трудоустройства и фриланса, преимущества и недостатки.

38. Фриланс-сервисы, понятие фриланс-сделки, оценка профессиональных навыков фрилансера.

39. Фриланс как способ ухода от уплаты налогов; методы выявления фриланс-деятельности и борьбы с ней в Беларуси.

40. Этапы разработки программных продуктов.

41. Разработка программного обеспечения как бизнес-процесс.

42. Инфраструктура ИТ-отделов, команд, роли сотрудников.

43. Основные типы программного обеспечения, специфика разработки, стоимость.

44. Средства, сервисы и продукты оптимизации процесса разработки программного обеспечения.

45. Услуги аутсорсинга и консалтинга в ИТ.

46. Роль мотива и мотивации в предпринимательской деятельности.

47. Потребности и стимулы. Мотивационное ядро личности.

48. Факторы мотивации.

49. Мотивация персонала.

50. Мотивы труда.

51. Соотношение мотива и стимула.

52. Управление персоналом в сфере информатизации.

53. Индивидуальные предприниматели как субъекты хозяйственной деятельности.

54. Юридические лица. Понятие и виды. Порядок создания. Государственная регистрация.

55. Закрытые и открытые акционерные общества, общества с ограниченной и дополнительной ответственностью как субъекты хозяйственной деятельности.

56. Хозяйственные товарищества, производственные кооперативы и унитарные предприятия как субъекты хозяйственной деятельности.

57. Учредительный договор как документ предприятия.
58. Договор о создании и об учреждении коммерческой организации.
59. Структура и содержание учредительного договора. Форма учредительного договора.
60. Устав предприятия: сущность, разделы, реквизиты. Цели устава.
61. Устав ЧУП и ООО. Основные компоненты устава.
62. Уставный капитал.
63. Финансовое планирование и прогнозирование в организациях сектора ИТК.
64. Виды финансового контроля. Формы финансового контроля. Основные методы финансового контроля.
65. Ликвидация: понятие и виды. Причины ликвидации. Порядок ликвидации. Ликвидационная комиссия.
66. Банкротство: характеристика, причины, процесс.
67. Реорганизация предприятия: понятие и формы. Цели реорганизации. Передаточный акт и разделительный баланс.
68. Объекты авторского и смежных прав.
69. Средства индивидуализации в предпринимательской деятельности (фирменные наименования, коммерческое обозначение, товарные знаки и знаки обслуживания).
70. Субъекты авторского права и смежных прав.
71. Принципы и условия возникновения, реализации и защиты авторских и смежных прав.
72. Служебные объекты авторского права.
73. Системы выдачи охраняемых документов.
74. Условия патентоспособности объектов промышленной собственности.
75. Авторский договор. Составление и оформление авторского договора.
76. Основные формы передачи прав на объекты интеллектуальной собственности. Классификация договоров, их структура и содержание.
77. Лицензионный договор. Виды лицензий. Организация работ по продаже лицензий. Государственная регистрация договоров.

78. Договор уступки, инжиниринга, франчайзинга.
79. Цели и задачи бизнес-плана. Виды бизнес-плана. Требования, предъявляемые к бизнес-плану.
80. Основные структурные элементы бизнес-плана. Содержание разделов.
81. Особенности составления отдельных частей бизнес-плана: маркетинга, операционной, организационной и финансовой. Оценка эффективности и рисков инвестиционного проекта.
82. Категориальное пространство рынка информационных услуг и продуктов.
83. Структура рынка информационных продуктов и услуг. Секторы и элементы рынка информационных продуктов и услуг.
84. Интерактивные информационные услуги.
85. Потребители информационных ресурсов и их информационные потребности.
86. Источники и поставщики информационных ресурсов.
87. Электронная предпринимательская деятельность, ее признаки. Электронные торговые площадки.
88. Предложение товаров в сетях. Реклама в сетях. Типичные ошибки в рекламе. Принципы эффективной рекламы.
89. Электронная продажа товаров. Продажа товаров дистанционным способом. Средства и системы платежей.
90. Электронный бизнес и электронная коммерция. Категории электронного бизнеса.
91. Системы электронной коммерции. Формы электронной коммерции.
92. Построение партнерской маркетинговой сети. Построение отделов маркетинга и продаж.
93. Методики эффективных продаж. Групповые презентации коммерческих предложений.

СПИСОК ИСПОЛЬЗОВАННЫХ ИСТОЧНИКОВ

Основная литература

1. Авторские публикации по электронной коммерции [Электронный ресурс] / Курс лекций по электронной коммерции // E-COMMERCE LAW. – Режим доступа: <http://ecommercelaw.ru/books/kurs-lekcij-po-jelektronnoj-kommercii-respublika-belarus.html>. – Дата доступа: 22.05.2015.
2. Мир права [Электронный ресурс] / Гражданский кодекс Республики Беларусь 7 декабря 1998 г. № 218-3. – Режим доступа: http://www.pravo.by/world_of_law/text.asp?RN=Hk9800218. – Дата доступа: 23.04.2015.
3. О поддержке малого и среднего предпринимательства в Респ. Беларусь [Электронный ресурс] : Закон Респ. Беларусь от 1 июля 2010 г., № 148-3 // КонсультантПлюс. Беларусь / ЗАО «КонсультантПлюс». – Минск, 2016.
4. О развитии предпринимательской инициативы и стимулировании деловой активности в Республике Беларусь [Электронный ресурс] : Директива Президента Респ. Беларусь № 4 от 31 декабря 2010 г. // ГУ «Центр гигиены и эпидемиологии» Управления делами Президента Республики Беларусь. – Режим доступа: <http://www.cgeud.by/ukazy>. – Дата доступа: 02.04.2016.
5. Большой экономический словарь / под ред. А.Н. Азриляна. – 4-е изд., доп. и перераб. – М. : Институт новой экономики, 1999. – 1 248 с.
6. Куделин, А. Типологический анализ трактовок предпринимательства / А. Куделин // Предпринимательство. – 2004. – № 3. – С. 40–62.
7. Бизнес-планирование : учебник / под ред.: Т.Г. Попадюк, В.Я. Горфинкель. – М. : Вузовский учебник : ИНФРА-М, 2015. – 296 с.
8. Буров, В.П. Бизнес-план фирмы. Теория и практика :

учеб. пособие / В.П. Буров. – М. : ИНФРА-М, 2015. – 192 с.

9. Бусыгин, А.В. Предпринимательство : учебник для вузов / А.В. Бусыгин. – М. : Дело, 2003. – 614 с.

10. Ежунинов, В.В. Электронная коммерция : учеб. пособие / В.В. Ежунинов. – Днепропетровск : ДУЭП, 2005. – 104 с.

11. Кудашов, В.И. Методическое пособие по вопросам введения в гражданский оборот результатов интеллектуальной деятельности / В.И. Кудашов, Т.И. Турлюк. – Минск : РУПИС, 2004. – 111 с.

12. Лапуста, М.Г. Предпринимательство : учебник / М.Г. Лапуста. – М. : ИНФРА-М, 2014. – 384 с.

13. Национальная экономика Беларуси: Потенциалы. Хозяйственные комплексы. Направления развития. Механизмы управления : учебное пособие / под общ. ред. В.Н. Шимова. – Минск : БГЭУ, 2005. – 844 с.

14. Функ, Я.И. Курс бизнес-права: гражданско-правовые основы организации предпринимательской деятельности : учеб. пособие : в 3 кн. / Я.И. Функ. – Минск : Амалфея, 2005. – Кн. 1 : Коммерческие организации (корпоративные формы организации предпринимательской деятельности). – 544 с.

15. Халецкая, Т.М. Основы управления интеллектуальной собственностью : ответы на экзаменац. вопр. / Т.М. Халецкая. – 2-е изд., перераб. – Минск : ТетраСистемс, 2009. – 144 с.

Дополнительная литература

1. Интеллектуальная собственность. Авторское право и смежные права. : сб. актов законодательства / Ин-т экономики НАН Беларуси, Ин-т государства и права НАН Беларуси ; сост. В.Г. Гавриленко. – Минск : Право и экономика, 2004. – 383 с.

2. Малое и среднее предпринимательство в Республике Беларусь : статистич. сб. / Национальный статистический комитет Республики Беларусь ; редкол. И.С. Кангро [и др.]. – Минск, 2011. – 537 с.

3. Ведение бизнеса в Республике Беларусь : сборник / Бе-

лорусская торгово-промышленная палата ; Министерство иностранных дел Республики Беларусь. – Минск : Компания «Ernst & Young», 2012. – 82 с.

4. Зомбарт, В. Современный капитализм : собр. соч. : в 3-х т. / В. Зомбарт // Историко-систематическое исследование общеевропейской экономической жизни от ее зачатков до современности / В. Зомбарт ; пер. с нем. – 2-е изд. – Л. : Путь к знанию, 1924–29. – Т.1, Полут. 1. – 275 с.

5. Вебер, М. Избранные произведения // М. Вебер ; пер. с нем., сост., общ. ред. и послесл. Ю.Н. Давыдова ; предисл. П.П. Гайденко. – М. : Прогресс, 1990. – 808 с.

6. Гориш, И.В. К проблеме дефиниции предпринимательства / И.В. Гориш // Устойчивое развитие экономики: состояние, проблемы, перспективы : материалы II Междунар. научно-практ. конф., Пинск, 15–17.04.2008 г. / ПолесГУ ; редкол.: К.К. Шебеко [и др.]. – Пинск, 2008. – С. 174–175.

7. Гориш, И.В. Основные положения концептуальной модели цивилизованного предпринимательства в Республике Беларусь / И.В. Гориш // Вестник Полесского государственного университета. Сер. общественных и гуманитарных наук. – 2010. – № 1. – С. 79–82.

8. Гориш, И.В. Предпринимательство как особый вид инновационной деятельности / И.В. Гориш // Социально-гуманитарное знание в контексте глобализации : мат. Междунар. научн. конф., Горки, 03–04.06.2011 г. / БГСХА ; редкол.: А.В. Соляник [и др.]. – Горки : БГСХА, 2011. – С. 20–23.

9. Гориш, И.В. Совершенствование содержания деловой этики как необходимое условие формирования цивилизованного предпринимательства в Беларуси / И.В. Гориш // Научные труды Республиканского института высшей школы. Философско-гуманитарные науки : сб. науч. ст. : в 2 ч. / Респ. ин-т высш. школы ; под ред. В.Ф. Беркова. – Минск, 2010. – Вып. 9 (14). – Ч. 2. – С. 33–39.

10. Елистратова, Н.Н. Информационная культура как критерий информатизации высшего образования в современных условиях реформирования [Электронный ресурс] / Н.Н. Елистратова // Современные научные исследования и инновации –

2012. – № 7. –

Режим доступа: <http://web.snauka.ru/issues/2012/07/15770>. –

Дата доступа: 12.01.2016.

11. Кириенко, В.В. Негосударственное предпринимательство в Беларуси: культурно-цивилизационный аспект / В.В. Кириенко // Предпринимательство в Белоруссии. – 2001. – № 3, 4.

12. Платонов, О. Экономика русской цивилизации / О. Платонов // Наш современник. – 1994. – № 4, 6, 7, 11–12.

13. Румянцева, Е. Развитие предпринимательства в Белоруссии и других странах / Е. Румянцева // Проблемы прогнозирования. – 2002. – № 1. – С. 101–111.

14. Виды лицензий. [Электронный ресурс] / Национальная энциклопедическая служба –

Режим доступа: <http://determiner.ru/dictionary/1061/word/licenzividy>. – Дата доступа: 12.01.2016.

15. Интеллектуальная собственность в Беларуси [Электронный ресурс] : Национальный центр интеллектуальной собственности. –

Режим доступа: http://www.belgopatent.org.by/index.php?option=com_content&view=article&id=75&Itemid=87. –

Дата доступа: 20.02.2016.

16. Мир финансов [Электронный ресурс] / Бизнес-план: структура и этапы разработки. –

Режим доступа: http://mir-fin.ru/business_plan.html. –

Дата доступа: 09.01.2016.

17. Научная библиотека Полоцкого государственного университета [Электронный ресурс] / Звонарёва, Д.С. Основы информационной культуры / Д.С. Звонарева. –

Режим доступа: http://lib.psu.by/electrkurs/compiled_readi/index.html. – Дата доступа: 12.01.2016.

18. Юридические технологии [Электронный ресурс] / Реорганизация предприятия: сопровождение и консультация. –

Режим доступа: <http://www.legaltech.by/reorganizaciya.html>. –

Дата доступа: 09.01.2016.

19. Андриевич, А.М. Организационно-правовые формы предпринимательства в Республике Беларусь : учебно-методич. пособие для преподавателей дисциплин «Правовое регу-

лирование хозяйственной деятельности», «Хозяйственное право» и студентов неюридических специальностей / А.М. Андриевич ; Минск : БГЭУ, 2003. – 51 с.

20. Атаманчук, Т.С. Составление бизнес-плана для малого предпринимательства : методич. рекомендации / Т.С. Атаманчук ; Министерство образования Республики Беларусь. – Могилев : МГУ им. А.А. Кулешова, 2007. – 44 с.

21. Баринов, В.А. Бизнес-планирование : учеб. пособие / В.А. Баринов. – М. : ИНФРА-М : ФОРУМ, 2007. – 256 с.

22. Валигуртский, Д.И. Предпринимательство: развитие, государственное регулирование, перспективы / Д.И. Валигуртский. – М. : «Дашков и К», 2002. – 332 с.

23. Волынец-Руссет, Э.Я. Коммерческая реализация изобретений и ноу-хау (на внешних и внутренних рынках) : учебник / Э.Я. Волынец-Руссет. – М. : Экономистъ, 2004. – 326 с.

24. Гориш, И.В. Философия бизнеса : метод. рекомендации по подготовке к семинарским занятиям для студентов всех форм обучения / И.В. Гориш. – Пинск : ПолесГУ, 2013. – 61 с.

25. Гришин, В.В. Разработка бизнес-стратегии фирмы : практич. пособие / В.В. Гришин, В.Г. Гришина. – М. : Дашков и К, 2010. – 208 с.

26. Давидссон, П. Исследуя предпринимательство : учеб. пособие / П. Давидссон ; пер. с англ. под науч. ред. А.Ю. Чепуренко, О.И. Образцова ; послесл. А.Ю. Чепуренко ; Национальный исследовательский университет «Высшая школа экономики». – М. : Издательский дом ВШЭ, 2014. – 399 с.

27. Дашков, Л.П. Предпринимательство и бизнес : учеб. пособие / Л.П. Дашков, А.И. Данилов, Е.Б. Тютюкина. – М. : Информационно-внедренческий центр «Маркетинг», 1995. – 304 с.

28. Ермакова, Э.Э. Основы управления интеллектуальной собственностью. Краткий курс лекций в определениях, таблицах и схемах : пособие для студентов экономических специальностей / Э.Э. Ермакова. – Брест : изд-во БрГТУ, 2010. – 53 с.

29. Зомбарт, В. Буржуа: этюды по истории духовного развития современного экономического человека / В. Зомбарт ; пер. с нем. ; изд. подгот. Ю.Н. Давыдов, В.В. Сапов. – М. : Наука, 1994. – 443 с.

30. Кудашов, В.И. Интеллектуальная собственность: охрана и реализация прав, управление : учеб. пособие / В.И. Кудашов. – Минск : БНТУ, 2004. – 321 с.
31. Олехнович, Г.И. Менеджмент в малом предпринимательстве : учебно-методич. пособие / Г.И. Олехнович, Г.М. Наливайко, Е.А. Олехнович ; ред. Г.И. Олехнович. – Минск : Экоперспектива, 1999. – 72 с.
32. Орлова, Е.Р. Бизнес-план: методика составления и анализ ошибок : производственно-практич. издание / Е.Р. Орлова. – 4-е изд., испр. и доп. – М. : Омега-Л, 2006. – 160 с.
33. Подопригора, М.Г. Организационное поведение : учеб. пособие для студентов старших курсов и магистрантов. – Таганрог : изд-во ТТИ ЮФУ, 2008. – 251 с.
34. Предпринимательство. БСПН, Бизнес-среда / под общ. рук. проф. Невиак Свен-Олаф. – Минск : БСПН, 2005. – 231 с.
35. Сергеев, В.И. Логистика: информационные системы и технологии : учебно-практич. пособие / В.И. Сергеев, М.Н. Григорьев, С.А. Уваров. – М. : Альфа-Пресс, 2013. – 608 с.
36. Соколовская, Е.А. Бизнес-планирование на практике: примеры составления бизнес-планов / Е.А. Соколовская. – Минск : ООО «Арго-Графикс», 2011. – 240 с.
37. Трунин, С.Н. Экономика труда : учебник / С.Н. Трунин. – М. : ЗАО «Издательство “Экономика”», 2009. – 496 с.
38. Шанченко, Н.И. Информационный менеджмент : учеб. пособие для студентов специальности «Прикладная информатика (в экономике)». – Ульяновск : изд-во УлГТУ, 2006. – 95 с.
39. Шумпетер, Й. Теория экономического развития (исследование предпринимательской прибыли, капитала, кредита, процента и цикла конъюнктуры) / Й. Шумпетер ; пер. с англ. – М. : Прогресс, 1982. – 455 с.
40. Якимахо, А.П. Управление объектами интеллектуальной собственности в Республике Беларусь / А.П. Якимахо. – Минск : Амалфея, 2005 – 472 с.

ОГЛАВЛЕНИЕ

ВВЕДЕНИЕ	3
ПЛАН СЕМИНАРСКИХ ЗАНЯТИЙ.....	5
СЕМИНАРСКОЕ ЗАНЯТИЕ № 1	
Тема: Понятия «предпринимательство» и «бизнес».	
Предпринимательская деятельность в сфере информационно-коммуникационных технологий (ИКТ).....	6
СЕМИНАРСКОЕ ЗАНЯТИЕ № 2	
Тема: Осмысление предпринимательства в научной и учебной литературе.....	11
СЕМИНАРСКОЕ ЗАНЯТИЕ № 3	
Тема: Бизнес и теория деятельности.....	16
СЕМИНАРСКОЕ ЗАНЯТИЕ № 4	
Тема: Межкультурные аспекты ведения бизнеса	20
СЕМИНАРСКОЕ ЗАНЯТИЕ № 5	
Тема: Планирование и организация труда фрилансера	25
СЕМИНАРСКОЕ ЗАНЯТИЕ № 6	
Тема: Этапы разработки программных продуктов.....	29
СЕМИНАРСКОЕ ЗАНЯТИЕ № 7	
Тема: Механизмы мотивации в ИТ-бизнесе	34
СЕМИНАРСКОЕ ЗАНЯТИЕ № 8	
Тема: Организационно-правовые формы бизнеса.....	39
ПРАКТИЧЕСКОЕ ЗАНЯТИЕ № 1	
Тема: Учредительные документы юридического лица	43
СЕМИНАРСКОЕ ЗАНЯТИЕ № 9	
Тема: Финансовая деятельность организации сектора ИКТ	44

СЕМИНАРСКОЕ ЗАНЯТИЕ № 10	
Тема: Ликвидация и реорганизация коммерческих предприятий	49
СЕМИНАРСКОЕ ЗАНЯТИЕ № 11	
Тема: Применение авторского и патентного права для защиты ИТ-бизнеса	54
СЕМИНАРСКОЕ ЗАНЯТИЕ № 12	
Тема: Коммерческое использование объектов интеллектуальной собственности в сфере ИКТ	58
ПРАКТИЧЕСКОЕ ЗАНЯТИЕ № 2	
Тема: Бизнес-план: понятие, структура, цели и задачи.....	62
ПРАКТИЧЕСКОЕ ЗАНЯТИЕ № 3	
Тема: Подготовка презентации бизнес-плана и питча	67
СЕМИНАРСКОЕ ЗАНЯТИЕ № 13	
Тема: Рынок информационных услуг и продуктов	68
СЕМИНАРСКОЕ ЗАНЯТИЕ № 14	
Тема: Организация коммерческой деятельности в сетях.....	72
СЕМИНАРСКОЕ ЗАНЯТИЕ № 15	
Тема: Организация продаж в области ИКТ.....	75
ПРИМЕРНАЯ ТЕМАТИКА РЕФЕРАТОВ	
СПИСОК ИСПОЛЬЗОВАННЫХ ИСТОЧНИКОВ	
Основная литература.....	84
Дополнительная литература	85

Учебное издание

Гориш Ирина Владимировна

**Основы бизнеса и права
в информационных технологиях**

Дидактические материалы

Ответственный за выпуск *П.Б. Пигаль*

Редактор *Т.И. Сакович*

Подписано в печать 09.03.2016 г. Формат 60 × 84/16.
Бумага офсетная. Гарнитура «Таймс». Ризография.
Усл. печ. л. 5,35. Уч.-изд. л. 3,15.
Тираж 67 экз. Заказ № 59.

Отпечатано в редакционно-издательском отделе
Полесского государственного университета.
225710, г. Пинск, ул. Днепровской флотилии, 23.